

ENG. AGR. MARCELO BENEVENGA SARMENTO

**DIAGNÓSTICO DA CADEIA DA VITIVINICULTURA NA CAMPANHA GAÚCHA,
SUB-DIVISÃO FRONTEIRA URUGUAI, RIO GRANDE DO SUL**

Trabalho apresentado como requisito para obtenção do título de Especialista em MBA em Gestão do Agronegócio do Departamento de Economia Rural e Extensão, Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná. Orientador: Dr^a. Melissa Watanabe.

CURITIBA

2014

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Municípios que compõem a região da Campanha do Estado do Rio Grande do Sul	8
Figura 2: Região da campanha com suas duas respectivas sub-divisões	8
Figura 3 - Ano de início do cultivo de videiras, segundo produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.	26
Figura 4 - Área cultivada de videira na safra 2012/2013 na região da Campanha do Rio Grande do Sul, conforme os produtores entrevistados.	27
Figura 5 - Produtividade média da cultura da videira para vinhos finos, em quilogramas por hectare, segundo os produtores entrevistados.	28
Figura 6 - Principais variedades citadas pelos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul (em número de citações).	29
Figura 7 - Gargalos encontrados na cadeia da vitivinicultura, segundo produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.....	31
Figura 8 - Principais razões para iniciar o cultivo da videira, conforme citações dos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.....	33
Figura 9 - Destino da produção de uvas, conforme citações dos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.....	34
Figura 10 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul entrevistados que possuem assistência técnica.....	35
Figura 11 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul ao serem questionados sobre a concorrência com os vinhos importados.	36
Figura 12 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul ao serem questionados sobre a existência de incentivos públicos ao cultivo da videira.....	37
Figura 13 – Sistema de produção utilizado pelos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.....	38

Figura 14 - Pontos fortes e oportunidades à cadeia da vitivinicultura na região da campanha do RS, com base na análise SWOT.39

Figura 15 - Pontos fracos e ameaças à cadeia da vitivinicultura na região da campanha do RS, com base na análise SWOT.50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: ESQUEMA BÁSICO DA ANÁLISE SWOT.....	19
Tabela 2: NÚMERO TOTAL DE PRODUTORES ENTREVISTADOS, CONFORME MUNICÍPIO (ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHO DA CAMPANHA, 2013).....	23

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1.1 OBJETIVOS	2
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	3
2.1 VITIVINICULTURA BRASILEIRA	3
2.2 VITIVINICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL	3
2.3 SITUAÇÃO E PERSPECTIVAS PARA A VITIVINICULTURA BRASILEIRA	5
2.4 VITIVINICULTURA NA REGIÃO DA CAMPANHA GAÚCHA	6
2.5 POTENCIALIDADES DA VITIVINICULTURA NA CAMPANHA GAÚCHA	10
2.6 ASPECTOS HISTÓRICOS DA VITIVINICULTURA NO RS	12
2.7 <i>TERROIR</i> E SUSTENTABILIDADE	15
2.8 CADEIA PRODUTIVA DA VITIVINICULTURA	16
2.9 ANÁLISE SWOT DA CADEIA PRODUTIVA	19
3 MATERIAL E MÉTODOS	20
3.1 APRESENTAÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO	20
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA CAMPANHA GAÚCHA	21
3.3 ETAPAS DA PESQUISA	23
3.4 POPULAÇÃO ESTUDADA	23
3.5 PESQUISA DE CAMPO	24
3.6 ANÁLISE SWOT DA CADEIA DA VITIVINICULTURA	25
3.7 ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS DADOS	25
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	26
4.1 PESQUISA DE CAMPO	26
4.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA ANÁLISE SWOT	38
4.2.1 Condições edafoclimáticas	38
4.2.2 Concentração de polifenóis na uva	41
4.2.3 Sistema de produção em espaladeira	42
4.2.4 Identificação Geográfica e marketing associado	42
4.2.5 Enoturismo no Pampa Gaúcho e Sustentabilidade	45
4.2.6 Diversificação da matriz produtiva regional	47
4.2.7 Pontos fracos	50
4.2.8 Ameaças	51
CONCLUSÕES	54

REFERÊNCIAS.....56

APÊNDICE.....63

SARMENTO, M.B. Diagnóstico da cadeia da vitivinicultura na Campanha Gaúcha, sub-divisão fronteira Uruguai, Rio Grande do Sul. 2014. 75f. Trabalho de conclusão do MBA em Gestão do Agronegócio. Especialização - Gestão do Agronegócio. Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

RESUMO

O cultivo da videira para vinhos finos vem se expandindo na região da Campanha do Rio Grande do Sul devido às características edafoclimáticas, disponibilidade de áreas e topografia favorável. Assim, é essencial que sejam feitas pesquisas que abordem o diagnóstico da cadeia produtiva nesta região. O estudo teve por objetivo realizar um diagnóstico da cadeia produtiva da vitivinicultura nesta região e apontar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças à cadeia. Realizou-se uma pesquisa de campo com 16 vitivinicultores pertencentes aos municípios de Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Pinheiro Machado e Santana do Livramento. Com base na pesquisa de campo foi realizada uma análise SWOT. A pesquisa de campo identificou como principais gargalos a falta de mão de obra qualificada, o manejo de pragas e doenças e os altos custos de produção. O cultivo da videira teve início, na maioria das propriedades, em 2002, sendo as principais variedades produzidas atualmente: Chardonnay, Merlot, Tannat, Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon e Pinot Noir. As áreas destinadas às videiras possuem, em média até 15 hectares, sendo a produtividade média na região de 9 toneladas por hectare. Os produtores optaram pela cultura para diversificação da renda na propriedade e pelas condições edafoclimáticas favoráveis existentes na região. O principal destino das uvas colhidas é o município de Bento Gonçalves, na Serra Gaúcha. Conclui-se que a vitivinicultura na Região da Campanha, apesar dos gargalos observados, tem grande potencial de desenvolvimento. Para que isso ocorra, é de fundamental relevância investir em projetos de Indicação Geográfica, enoturismo, sustentabilidade e marketing associando o vinho às carnes regionais e ao Bioma Pampa, como vem sendo feito em algumas vinícolas da região. A vitivinicultura pode contribuir significativamente para diversificação da matriz produtiva, geração de empregos e renda e, conseqüentemente, desenvolvimento à região da Campanha Gaúcha.

Palavras chave: *Vitis vinifera*, agronegócio, levantamento, vitivinicultura.

SARMENTO, M.B. Survey of viticulture chain in the Campanha Region, subdivision Uruguai Border, Rio Grande do Sul. 2014. 75f. Final Project of MBA in Agribusiness Management. (Pos-graduation)- Agribusiness Management). Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

ABSTRACT

The grown of grapes for fine wines has been increasing in the Campanha Region of Rio Grande do Sul due to the favorable edaphoclimatic conditions, topography and field availability. Thus, it is important to make researches that deal with the chain's diagnosis. This study has the objective realize a survey with growers and highlight the Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats for the local agribusiness. It was performed a field research with sixteen growers from the following cities: Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Pinheiro Machado and Santana do Livramento. Based upon the survey it was carried out a SWOT analysis. The interviews identified as main problems: the lack of qualified employees, management of bugs and high costs of production. The vineyards begin, in most areas, in 2002, being the main cultivars produced: Chardonnay, Merlot, Tannat, Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon and Pinot Noir. The areas present, in average, until 15ha, being the productivity of 9 tons per hectare. Growers selected this culture for diversifying income in the enterprises and also because of favorable edaphoclimatic conditions. Main destiny of harvest grapes are Bento Gonçalves, in Northeast of Rio Grande do Sul. It is possible conclude that, Campanha Region of Rio Grande do Sul, despite the obstacles observed in this research, has a great potencial of development. However, it is essencial to promote projects of Geographical Indication, enoturism, sustainability and a plan of enomarketing associating the wine with local meats and the Pampa Biome, as has been doing in some local industries. Viticulture can contribute significantly to diversify the productive activities, aggregate value, generating new jobs and income, consequently, development to the Campanha Region of Rio Grande do Sul.

Key words: *Vitis vinifera*, agribusiness, survey, viticulture.

INTRODUÇÃO

A região da Campanha situa-se na metade sul do Rio Grande do Sul e é caracterizada economicamente pelas atividades agrícolas e pastoris baseadas em um Bioma Pampa rico em biodiversidade de fauna e flora. Historicamente, a base econômica da região tem sido o cultivo do arroz irrigado e a pecuária de genética superior, sendo esta com foco na bovinocultura de corte, ovinocultura e criação de equinos da raça Crioula e Puro Sangue Inglês.

A Campanha apresenta condições edafoclimáticas favoráveis para o cultivo de uma ampla gama das espécies agrícolas. Devido às condições de solo, clima, topografia e luminosidade, na última década, a região também vem sendo alvo de investimentos importantes na Silvicultura, Fruticultura Temperada e, principalmente, na Vitivinicultura para produção de vinhos finos.

Apesar da importância social e econômica dessas culturas tidas como emergentes, percebe-se que as respectivas cadeias produtivas encontram-se pouco organizadas, o que pode acarretar em prejuízos técnicos, econômicos e mercadológicos ao setor. Além disso, informalmente, tem sido constatados entraves que impedem o desenvolvimento destas cadeias.

A cadeia da vitivinicultura é relevante devido à diversificação da matriz produtiva regional, agregação de valor, geração de renda e empregos bem como incremento no PIB dos municípios envolvidos.

O Rio Grande do Sul é o maior produtor nacional de uvas, sendo a principal região produtora a Serrana, onde se encontra o Vale dos Vinhedos, referência nacional na produção vitivinícola. Porém, além dessa região outras vêm ganhando lugar de destaque no mercado, como a Campanha Gaúcha, que vem obtendo premiações internacionais com seus vinhos finos e espumantes de alta qualidade.

Diante da crescente evolução da produção de vinhos finos na Região da Campanha, tornam-se necessário estudos para diagnosticar e acompanhar o desenvolvimento desta cadeia. Desse modo, uma correta caracterização e diagnóstico dos gargalos, aspectos sociais, técnicos e mercadológicos bem como dos pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades é de fundamental relevância para o desenvolvimento sustentável da cadeia da vitivinicultura na região.

1.1 OBJETIVOS

O objetivo desta pesquisa foi realizar um diagnóstico da cadeia produtiva da vitivinicultura na região da Campanha do Rio Grande do Sul. Com base neste diagnóstico, procedeu-se à uma análise SWOT da cadeia, identificando-se os pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades ao desenvolvimento do agronegócio vitivinícola da região.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 VITIVINICULTURA BRASILEIRA

A viticultura mundial destinada à vinificação encontra-se principalmente concentrada entre os paralelos 30° e 50° de latitude norte e entre 30° e 45° de latitude sul, onde os principais climas são do tipo temperado, mediterrâneo ou árido, em diferentes níveis. No Brasil, os tipos de clima ocorrentes nas regiões vitivinícolas produtoras de vinhos finos com uma colheita anual, são de tipo temperado e subtropical (TONIETTO e MANDELLI, 2003).

A cultura da videira, conforme Camargo et al. (2011), encontra-se difundida, no Brasil, desde o Rio Grande do Sul, a 31°S de latitude, até o Rio Grande do Norte e Ceará, a 05°S de latitude, situando-se nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Pernambuco (IBGE, 2013).

A vitivinicultura no Brasil apresenta grande diversidade agrária e tecnológica. A atividade ocupa uma área de aproximadamente 83.700 hectares, com uma produção anual variando entre 1.300 e 1.400 mil toneladas. Há uma grande variabilidade no material genético utilizado no Brasil. São mais de 120 cultivares de *Vitis vinifera* e mais de 40 cultivares de uvas americanas, incluindo castas de *Vitis labrusca*, *Vitis bourquina* e de híbridas interespecíficas (CAMARGO et al., 2011).

A variação de altitude também é grande para os autores, havendo considerável diversidade ambiental entre as zonas de produção, incluindo regiões de clima temperado, subtropical e tropical.

2.2 VITIVINICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL

Na região da Campanha do Rio Grande do Sul pratica-se a viticultura de clima temperado. A viticultura de clima temperado caracteriza-se por um ciclo anual, seguido de um período de dormência induzido pelas baixas temperaturas do inverno. É a viticultura tradicional no Sul e em regiões de altitude do Sudeste do Brasil, nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo e Minas Gerais (CAMARGO et al., 2011).

O estado do Rio Grande do Sul é responsável por mais de 50% da produção de uva e por 90% da produção nacional de vinhos e derivados (IBGE, 2013).

Atualmente, existem seis regiões vitivinícolas no Estado do Rio Grande do Sul: Campanha (Bagé, Santana do Livramento, dentre outros), Serra do Sudeste (Pinheiro Machado e Encruzilhada do Sul), Jaguari (Jaguari), São José do Ouro (São José do Ouro), Rolante (Rolante e Riozinho) e a Encosta Superior do Nordeste conhecida como “Serra Gaúcha”. Nesta última região, ocorrem algumas condições climáticas que são desfavoráveis ao cultivo de videira.

Dentro do estado do Rio Grande do Sul a principal região produtora é a Serrana, onde se encontra o Vale dos Vinhedos, referência nacional na produção vitivinícola. Porém, além dessa Região outras vêm ganhando lugar de destaque, como a Campanha Gaúcha, que vem apresentando crescimento na produção de uvas para vinhos finos e espumantes de qualidade superior.

A cultura da uva e do vinho no Rio Grande do Sul pode ser dividida em quatro grandes fases (FARIAS, 2008):

- a) de 1875 à 1915, onde a produção de derivados da uva era destinada ao consumo familiar e local;
- b) a partir de 1915, com a inauguração da estrada de ferro que ligava Caxias do Sul a Montenegro, possibilitando o escoamento de produtos coloniais para as principais localidades do estado e do país (desde então, a região de colonização italiana do RS tornou-se o maior centro produtor de vinhos do país);
- c) as décadas de 60 e 70 foram marcadas pela entrada de empresas internacionais como Chandon, Maison Forestier, Almadén, Martini, National Distillers, Chateau Lacave, Welch Foods (Suvalan), entre outras, na produção e comercialização de vinhos e sucos;
- d) a partir dos anos 90, a tecnologia se disseminou entre o setor vitivinícola gaúcho, chegando até às pequenas vinícolas, que começaram a controlar as fermentações, a utilizar leveduras e enzimas e usar tanques de aço inoxidável, que ampliou drasticamente a qualidade e competitividade das empresas gaúchas, inserindo boa parte do produto vinícola gaúcho no mercado nacional e internacional.

A difusão de castas viníferas no Rio Grande do Sul, conforme Camargo et al. (2011), iniciou-se efetivamente na década de 1950, com o plantio das cultivares italianas Barbera, Bonarda, Peverella, Marzemino, Trebbiano e outras. Logo em seguida, entraram em cultivo Cabernet Franc, Merlot e Riesling Itálico para a produção dos primeiros vinhos varietais. A maioria destas cultivares, nos anos de 1970 e 1980, foi substituída por castas de origem francesa, como Cabernet

Sauvignon, Tannat, Semillon e Chardonnay, entre outras. Mais recentemente, no Sul entraram em cultivo as variedades Pinot Noir, Tempranillo, Sauvignon Blanc, Moscato Giallo, Touriga e Viognier.

A produção de vinhos, sucos e outros produtos derivados das uvas gaúchas apresentaram um aumento de 39,6% no ano de 2011 em relação aos anteriores, conforme Mello (2012), deste valor o maior acréscimo ocorreu na produção de uvas *Vitis vinifera*, sendo esta espécie destinada exclusivamente para a produção de vinhos finos.

Até o final dos anos de 1950, conforme Camargo et al. (2011), a viticultura comercial brasileira estava restrita aos três estados do sul e regiões leste de São Paulo e sul de Minas Gerais. A partir daí, houve uma grande ampliação da fronteira vitícola, com o plantio de uvas no Vale do Submédio São Francisco, seguindo-se as regiões norte do Paraná, noroeste de São Paulo e norte de Minas Gerais. Nas regiões tradicionais, os sistemas de produção foram modificados ao longo dos anos, em função das oportunidades e exigências do mercado.

A pesquisa deu grande suporte ao empreendedorismo do viticultor brasileiro, aportando tecnologias sem as quais não seria possível atingir o atual nível de desenvolvimento do setor e permitindo a introdução da cultura em regiões onde anteriormente ela não se adaptava como o Vale do São Francisco, na Bahia e Pernambuco.

2.3 SITUAÇÃO E PERSPECTIVAS PARA A VITIVINICULTURA BRASILEIRA

A produção de uvas representa 45% da produção total e 64% das exportações das frutas de clima temperado. No período de 1999 à 2009, a produção aumentou 434 mil toneladas (46,6%) e a área 21.9 mil toneladas (37%) (FACHINELLO et al., 2011).

A produção de uvas no Brasil é diferenciada de acordo a região de cultivo: no Sul, predomina o cultivo de uvas americanas e híbridas para fabricação de sucos e vinhos, e nas outras regiões, o cultivo de uvas americanas e europeias de mesa, tanto para o mercado interno, como para exportação. A produtividade média nesse mesmo período permaneceu praticamente constante, variando no máximo em 2 ton/ha. No entanto, em algumas regiões, a produtividade é significativamente acima da média, como ocorre no Vale do São Francisco, em que a média é de 25 ton/ha

(IBGE, 2012), explicando deste modo o maior crescimento da produção (46,59%) em relação ao aumento da área total (37,01%).

Esses resultados são compatíveis com o crescimento na exportação de uvas, representada principalmente pela uva de mesa, que cresceu, entre 1998 e 2008, 948,4% em quantidade e 2.844,4% em valor (FACHINELLO et al., 2011). A tendência, segundo os mesmos autores, é que o Brasil, nas regiões quentes, continue a especializar a sua produção em termos de uvas de mesa sem sementes para atender ao mercado internacional, e na região Sul, aumente a área cultivada de uvas viníferas em detrimento ao cultivo de uvas americanas e híbridos.

Grande parte desse sucesso é devido à produção de uvas no Vale do São Francisco, pois, nessa região, o clima predominantemente quente e seco durante grande parte do ano, a infraestrutura de irrigação e a mão de obra disponível propiciam as condições favoráveis para o desenvolvimento desta cultura. Além disso, a produção regional, voltada principalmente para o mercado externo, impulsiona investimentos em técnicas de manejo da cultura, para cada vez mais melhorar a qualidade e a produtividade dos parreirais. A irrigação trouxe muitas vantagens à agricultura do Vale do São Francisco, entre as quais se destacam a regularidade da produção e o aumento do rendimento da terra, permitindo ganhos expressivos de produtividade e de renda. Com a regularidade da produção, a região consegue competir em boas condições no mercado internacional, obtendo frutos de melhor qualidade (BUAINAIN e BATALHA, 2007). Nesta condição de clima tropical, é possível planejar os períodos de colheita e assim atender às demandas internacionais com uvas sem sementes, quando os preços atingem os valores mais elevados.

Como exemplos de aporte de tecnologias, os autores citam a seleção de clones varietais e novas cultivares adaptadas às diferentes regiões, a definição de diferentes tecnologias de manejo especialmente para as regiões tropicais e subtropicais e a certificação de produtos vitivinícolas, como produção integrada, indicações geográficas e produção orgânica (CAMARGO et al., 2011).

2.4 VITIVINICULTURA NA REGIÃO DA CAMPANHA GAÚCHA

Na região da Campanha do RS, na última década, o maior destaque vem sendo dado à produção de uvas para fins industriais (vitivinicultura), em função das

condições favoráveis de clima e solo, que propiciam às uvas a possuir uma qualidade superior àquelas provenientes da Serra Gaúcha, devido tanto à maior exposição à insolação diária, quanto à variação de temperatura entre o dia e a noite que são importantes para a fixação dos fenóis, que melhoram os índices de açúcar presente no vinho e diminuem a acidez da uva. Assim, compara-se o clima presente na região ao da Região do Mediterrâneo na Europa, que é considerado o mais propício para o cultivo de videiras em nível global. A vitivinicultura na Região da Campanha Gaúcha tem como marco referencial o estudo de zoneamento vitícola do Instituto de Pesquisas Agrícolas da Secretaria de Agricultura do Rio Grande do Sul (IPAGRO), na década de 1970. O primeiro empreendimento foi concretizado com a implantação dos vinhedos e vinícola da empresa Almadén, no município de Santana do Livramento, onde, na sequência, um grupo japonês implantou o Projeto Santa Colina com vinhedos e cantina própria (EMATER, 2014)

Este trabalho tem como abrangência os municípios da Campanha do Rio Grande do Sul, conforme descrito no macrozoneamento agroecológico e econômico do estado do Rio Grande do Sul (MALUF e WESTPHALEN, 1994), que é compreendida por 14 municípios (Figura 1), sendo dividida em duas sub-regiões (Figura 2): Fronteira Uruguaí (Aceguá, Pedras Altas, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Herval, Hulha Negra, Quaraí e Santana do Livramento) e Uruguaiana/São Gabriel (Alegrete, Rosário do Sul, São Gabriel, Uruguaiana e Barra do Quaraí). Esta última sub-região está localizada no sudoeste do estado do Rio Grande do Sul, entre os paralelos 30 a 32°, e variando a altitude de 50 à 330m, com alguns municípios fazendo divisa com Argentina e Uruguaí.

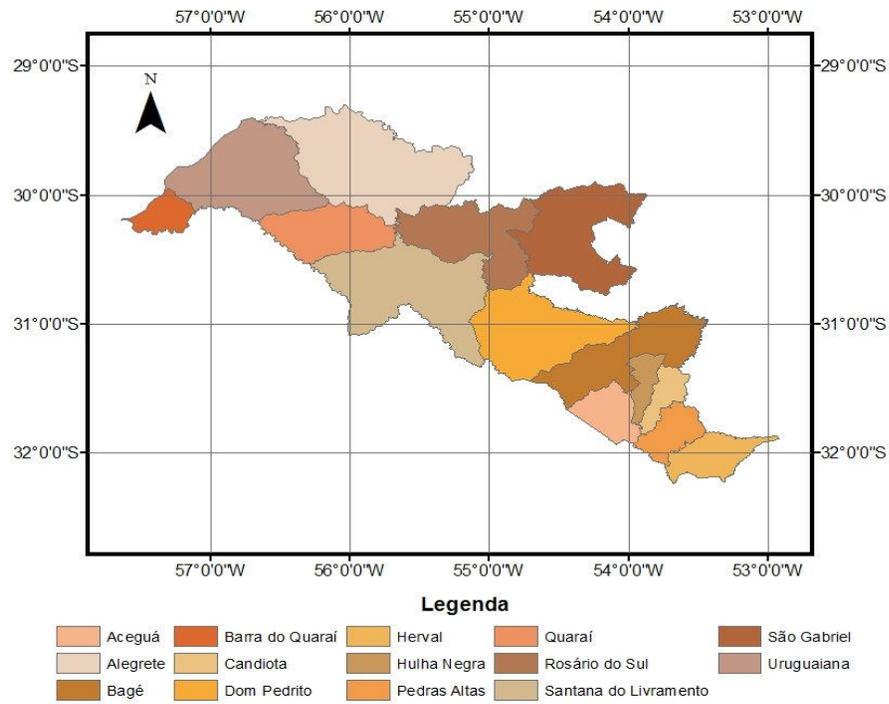


Figura 1: Municípios que compõem a região da Campanha do Estado do Rio Grande do Sul
 FONTE: Adaptado de MALUF e WESTPHALEN (1994).

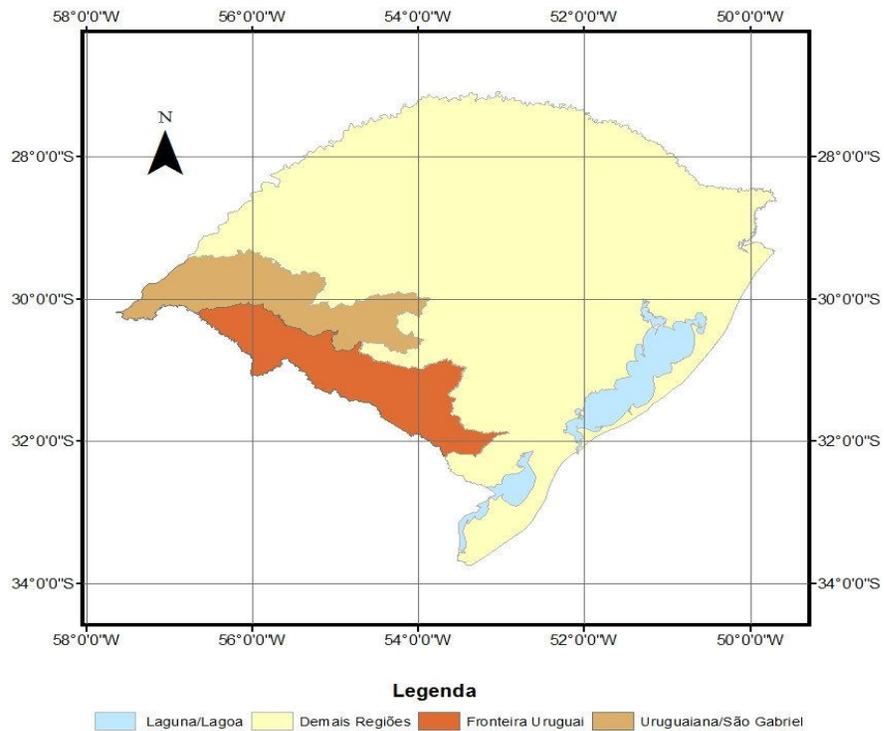


Figura 2: Região da campanha com suas duas respectivas sub-divisões
 FONTE: Adaptado de MALUF e WESTPHALEN (1994).

Atualmente, a área plantada de uva nos quatorze municípios que compõe a região da Campanha é de 1300ha (IBGE, 2012).

A partir do ano 2000, estimulados pelos bons preços pagos pelas uvas viníferas, em especial as uvas tintas, diversos proprietários de terras de municípios da Campanha Gaúcha como: Itaqui, Maçambará, Uruguaiana, Quaraí, Alegrete, Rosário do Sul, Santana do Livramento, Dom Pedrito, Bagé e Candiota, implantaram vinhedos com o objetivo de atender à demanda crescente por uvas finas, tanto das vinícolas da Serra Gaúcha quando daquelas instaladas na própria “Seival Estate”, localizado no município de Candiota, cuja estrutura contava com uma área de 150 hectares de vinhedos, exclusivamente de cultivares viníferas, e uma moderna vinícola com capacidade para processar toda a produção; e o projeto “Almadén”, localizado no município de Santana do Livramento. Este Projeto Vitivinícola, que foi o pioneiro na região da Campanha, em 2010, foi adquirido pelo Grupo Miolo (PROTAS e CAMARGO, 2011).

Além da diversificação de produtos, outra razão para a expansão do setor vinícola no Rio Grande do Sul durante a última década foi o avanço da atividade para novas áreas de cultivo. Se há apenas dez anos atrás a vitivinicultura era imediatamente associada à Serra Gaúcha, hoje a produção de uvas e vinhos finos, se desloca cada vez mais para um território lembrado pelo gado e pelo arroz, que é a fronteira oeste e a metade sul do estado (ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHO DA CAMPANHA, 2013).

Conforme o autor, a produção de uvas viníferas demorou para avançar nos pampas. Até o início dos anos 2000, a região tinha empreendimento de apenas duas vinícolas, a Almadén e a Santa Colina (hoje Nova Aliança), ambas em Santana do Livramento. No entanto, influenciados pelos produtos de grande qualidade obtidos por esses pioneiros e atraídos pela oferta de terras baratas e boas condições de solo e clima, empresários do setor vinícola buscaram expandir negócios na fronteira agrícola da uva. Além dos empresários do ramo vitivinícola, pecuaristas, produtores de arroz e profissionais liberais também interessaram-se em investir na cultura na região.

Em 2012, a região abrigava 16 vinícolas. São 1,3 mil hectares plantados em nove municípios (Microrregião) por 150 produtores, responsáveis por 15% da produção brasileira de uvas viníferas (ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHO DA CAMPANHA, 2013).

2.5 POTENCIALIDADES DA VITIVINICULTURA NA CAMPANHA GAÚCHA

Além da tradicional região do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha, a região da Campanha do Rio Grande do Sul também vem se destacando, pelas condições favoráveis ao cultivo de uvas para vinhos finos (MELLO, 2012).

A região da campanha gaúcha está situada no paralelo 31º, que identifica outras regiões produtoras de vinhos de reputação e qualidade superior, como por exemplo, Argentina, África do Sul e Austrália. Fatores físicos e meteorológicos contribuem decisivamente para a aptidão da região da Campanha, tais como: continentalidade e atmosfera límpida, decorrente da baixa umidade relativa do ar, que determinam maior amplitude térmica diária; verões de alta insolação, aliado à baixa precipitação no período de maturação da uva, favorecendo a fotossíntese líquida, o que resulta em maior teor de açúcar no fruto; declividade de no máximo 15%, favorecendo a mecanização; além disso, o solo da região está sob a formação geológica Rosário do Sul, com substrato rochoso composto por arenito e basalto, com profundidade média entre 1,5m e 2m, um solo arenoso, bem drenado, aliado a pouca precipitação, que são favoráveis ao cultivo da videira (BORGES e CARDOSO, 2006).

As características edafoclimáticas da região da Campanha favorecem a produção de uvas de qualidade para produção de vinhos finos. Esta região apresenta-se com solos bem drenados e com topografia pouco ondulada, permitindo assim a mecanização da cultura (IBRAVIN, 2009). Guerra et al. (2009), confirmam que a região da Campanha Gaúcha tem características de topografia plana que permitem a produção de vinhos finos de excelente qualidade.

O clima da região é favorável, contando com grande incidência solar que permite contribuir agregando mais cor, aroma e sabor do vinho. Inversos rigorosos também são benéficos para as uvas, pois faz com que as mesmas entrem em pleno estado vegetativo refletindo-se na produtividade e qualidade do produto final (IBRAVIN, 2013).

Outro fator favorável é que, nesta região, a variação da temperatura diária com dias quentes e noites frescas possibilita uma maturação mais lenta da uva, o que faz com que o teor de açúcar e também os polifenóis, que são antioxidantes naturais presentes na uva, sejam elevados (SOUZA et al., 2006).

Em termos de indústria, conforme Engelmann (2009), a região começou a se desenvolver através da implantação da vinícola Almadén na Região na década de 70, esta mudança ocorreu de forma a introduzir aos produtores da Região uma diversificação de renda e atividades, tendo em vista que os municípios da Campanha Gaúcha têm tradição na produção de bovinos de corte e produção orizícola.

A introdução da indústria vinícola na Região da Campanha do Rio Grande do Sul, para Engelmann (2009), passa ser um fator de desenvolvimento para o setor. Neste sentido, a atividade passa a se desenvolver e ser uma alternativa para a diversificação de atividades e melhoria na renda, em uma região predominantemente agropecuária.

A vitivinicultura é uma atividade importante para a sustentabilidade da pequena propriedade no Brasil. Nos últimos anos, tem se tornado importante, também, na geração de emprego em grandes empreendimentos, que produzem uvas de mesa e uvas para processamento (MELLO, 2011).

Flores et al. (2010) apontam que a região da campanha vem desenvolvendo uma identidade com a vitivinicultura. Conforme os autores, os principais fatores que sustentam essa análise são:

-Expansão da Serra Gaúcha para a Campanha: que tem se dado com empresas tradicionais da Serra, com a integração de produtores locais no fornecimento de uva e com aquisição de unidades produtivas, em 1995 a Vinícola Livramento Ltda foi adquirida pela Cooperativa Aliança e, no final de 2009, a Almadén passou para o controle do Miolo Wine Group. Outra forma é a migração de produtores para a Campanha ou profissionais especializados destinados a trabalhar nas empresas locais.

- Produtores independentes: a região já conta com mais de 150 produtores de uvas viníferas, que compõe um grupo heterogêneo, formado por pequenos produtores.

- Novos empreendedores: empresários e profissionais liberais locais que decidiram empreender; empresas jovens para vitivinicultura, lançando seus primeiros vinhos; em sua maioria, possuem outros negócios e “diversificam” com vitivinicultura. Foco em vinhos finos e qualidade; gestão profissional profissionalizada, mas com bastante participação da família do empreendedor; relação de emprego formal.

- Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha: os atores locais estão se organizando e formaram a Associação dos Produtores de Vinhos

Finos da Campanha Gaúcha, liderados pelo SEBRAE; estão trabalhando a marca comum “Vinhos da Campanha”. A Associação tem como objetivo a busca da Indicação Geográfica para a região, além do desenvolvimento do enoturismo.

- Associações Locais: os produtores dos municípios começam a se organizar em associações dedicadas aos produtores de uva nos municípios de Quaraí, Santana do Livramento e Uruguaiana. No município de Bagé ocorre a presença de associação destinada à fruticultura de clima temperado. É interessante observar que as associações estão se convertendo em cooperativas para vinificação, o município precursor foi Uruguaiana, cujo exemplo está sendo seguido por Livramento (com projeto já em execução) e Bagé.

- Região no contexto nacional: com a formação da Associação, a região passou a ter participação mais efetiva em instituições de caráter nacional, como o IBRAVIN; além disso, a região da Campanha já representa 15% da produção total de uvas finas do país.

2.6 ASPECTOS HISTÓRICOS DA VITIVINICULTURA NO RS

Na Região da Campanha do RS, é possível elencar alguns municípios como Santana do Livramento, Dom Pedrito, Bagé, Candiota, Pinheiro Machado, dentre outros municípios que destacam-se no cultivo de uvas para produção de vinhos finos. Segundo o IBGE (2012), Santana do Livramento, Dom Pedrito e Bagé encontram-se dentre os principais produtores desta região envolvendo uma diversificação de variedades e propiciando desenvolvimento tanto em caráter econômico como social para a região.

Considerando os aspectos históricos e econômicos, o plantio de uvas na Região da Campanha Gaúcha ainda gera estranhamento, sobretudo para os leigos sobre o tema, caso considerem a colonização italiana e sua fixação na Serra Gaúcha por volta de 1875. Esses imigrantes trouxeram consigo a experiência na produção de vinho e já o fabricavam dez anos após sua chegada na colônia. A colonização do Rio Grande do Sul com imigrantes italianos lançou, com isso, a base para a formação da indústria vitivinícola brasileira (MELLO, 2007).

As castas de uvas européias, *Vitis vinífera*, segundo a autora acima, não se adaptaram às terras brasileiras, tendo em vista as pragas tropicais e as variações de temperaturas, sendo substituídas pela variedade de tipo Isabel ou Isabella. Essa

variedade adaptou-se muito bem, conquistando, dessa maneira, os parreirais nacionais. Todavia, ao considerarmos a produção de vinhos, temos que destacar que a variedade Isabella não era a uva mais adequada para vinhos de guarda e envelhecimento, tendo em vista o gosto amargo gerado durante a fermentação. Foram os próprios colonos italianos que, com a crescente produção e comercialização de vinho, reintroduziram outras castas *Vitis vinifera* no Rio Grande do Sul. Mas, para que isso fosse possível, tanto a iniciativa privada como o governo passaram a dar atenção à necessidade de formação profissional na área da uva e do vinho. Assim, em 1891, foi fundada a Escola de Agricultura e Viticultura em Taquari, além da primeira estação Agronômica Experimental em Porto Alegre, em 1899. Além disso, em 1920, por iniciativa governamental, houve a criação da Estação Experimental de Viticultura e Enologia (EEVE), em Caxias do Sul (MELLO, 2007).

Na década seguinte, em 1931, a ideia de cultivar uvas europeias ainda era exceção. A EEVE enfrentava o desafio de mudar hábitos e conceitos, pois já existia uma enologia moderna, totalmente diferente das práticas trazidas pelos imigrantes.

O primeiro sucesso nacional advindo de vinhos varietais foi o vinho Granja União, em 1938. Este vinho foi elaborado em Flores da Cunha com uvas advindas de área inicial de cem hectares de produção de viníferas europeias. A uva Isabella passou a ser utilizada para a confecção de sucos de uva. As indústrias familiares despontaram e novas foram abertas. O mercado de vinhos efervescia e toda produção era vendida. Esse sucesso foi atingido em 1970, década que inaugurou um novo marco na história vinícola nacional, haja vista o reconhecimento mundial do Brasil como um país potencial para o vinho, causando o ingresso de multinacionais vinícolas como Martini & Rossi, Moët & Chandon, Maison Forestier, Heublein e Almadén (MELLO, 2007).

De fato, no caso brasileiro, a vitivinicultura inicialmente centrou-se na Serra Gaúcha, mas desde a década de 1970 vem ampliando suas fronteiras para a Região da Campanha, especialmente em Santana do Livramento, porém, a partir do final da década de 90 e início dos anos 2000 houve um aumento expressivo nos investimentos e plantios de videira para vinhos finos.

Desde a década de 1930 já há registros de cultivo da uva em Alegrete, Uruguaiana e Bagé (LONA, 2006). No entanto, o fortalecimento e o estabelecimento de bases para a vitivinicultura na Campanha Gaúcha ocorreram concomitantemente

ao período de expansão e a modernização da produção gaúcha de vinho, principalmente a partir do ingresso de empresas multinacionais na Serra Gaúcha na década de 1970. Na Campanha Gaúcha, o Grupo americano *National Distiller* investiu mais de U\$ 30 milhões em um projeto vinícola localizado no Cerro Palomas em Santana do Livramento, em 1976. A estratégia adotada pelo grupo baseou-se na importação das cepas para cultivar, de uma só vez, setecentos hectares de vinhedos além da construção de uma moderna cantina (ENGELMANN, 2009).

Cabe destacar que a instalação dessa indústria baseou-se em estudos realizados pela Universidade de Davis (Califórnia), Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e Secretaria da Agricultura do Rio Grande do Sul, concluindo, em 1973, que as Microrregiões da Campanha e do Sudeste do Estado Gaúcho possuem as melhores características para o cultivo de viníferas nobres europeias (FERREIRA, 2005).

Diferentemente da Serra Gaúcha, que concentra a produção na pequena propriedade, a vitivinicultura instalada em Santana do Livramento é calcada na agricultura capitalista, utilizando-se de tecnologia, grandes capitais e grandes áreas de cultivo, onde é possível utilizar mecanização e métodos de cultivo e manejo diferenciados, gerando ganhos de escala (DIAS, 2007).

Esta atividade produtiva trouxe consigo uma nova racionalidade, baseada no mercado e na competitividade. De acordo com a pesquisa realizada por Ferreira (2005), as características edafoclimáticas foram a principal motivação dos agentes econômicos para a instalação na Campanha Gaúcha. Trata-se de critérios competitivos valorizados pelos empresários para competir no mercado e dizem respeito a custo, confiabilidade na entrega, flexibilidade, qualidade e inovação (ENGELMANN, 2009).

A indústria vinícola, para este autor, diferentemente da pecuária extensiva, caracteriza-se pelo poder de agregação de valor da produção, seja pelo incremento de novos produtos, seja pela variedade da produção de vinhos a partir de variadas castas de uvas, seja ainda pela crescente tecnologia envolvida na produção de vinhos com qualidade e quantidade. Atualmente, a produção vitivinícola na metade sul está expandindo sua participação na produção gaúcha de vinhos finos e vem contribuindo para a transformação da paisagem regional.

2.7 TERROIR E SUSTENTABILIDADE

O termo “*terroir*” denota interação entre meio natural e fatores humanos, onde pode ser incluído, escolha das variedades, aspectos agronômicos e de elaboração dos produtos, entre outros (TONIETTO, 2007). Essa palavra foi adotada sem tradução pelos países signatários da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV). O *terroir* vitivinícola refere-se a um espaço sobre o qual se desenvolve um saber coletivo de interações entre um meio físico e biológico identificável e as práticas vitivinícolas aplicadas, que conferem características distintas aos produtos originários desse espaço, englobando características específicas de solo, topografia, clima, paisagem e biodiversidade (OIV, 2008).

A constituição de um *terroir* implica fatores simbólicos e subjetivos na relação com a terra, envolvendo ação de uma coletividade social, suas relações familiares e culturais, tradições de defesa comum, solidariedade e exploração dos produtos (BARHAM, 2003). É um misto de fatores naturais e humanos, incluindo aspectos intangíveis.

Ao se relacionar *terroir*, sustentabilidade e a produção de uvas e vinhos, o debate se configura em torno do termo “vitivinicultura sustentável”. Para a OIV, a definição de vitivinicultura sustentável é: "Abordagem global na escala de sistemas de produção e processamento de uvas, que combina tanto a sustentabilidade econômica das estruturas e dos territórios, a obtenção de produtos de qualidade, tendo em conta as exigências da viticultura de precisão, os riscos relacionados ao ambiente, à segurança do produto e à saúde dos consumidores e a valorização dos aspectos patrimoniais, históricos, culturais, ecológicos e paisagísticos" (OIV, 2008).

No ano de 2008, a OIV adotou um guia de aplicação do conceito de sustentabilidade para o setor vitivinícola, abordando, sobretudo, aspectos ambientais. Anteriormente, a organização já havia lançado guias para rastreabilidade e boas práticas. A organização prevê a complementação da metodologia em novos guias, que englobem outras dimensões da sustentabilidade. O atual guia, considera que a implantação de programas de vitivinicultura sustentável deve começar na condução do vinhedo em direção ao restante do processo produtivo, envolvendo os aspectos: (i) escolha do local; (ii) biodiversidade; (iii) escolha das variedades; (iv) resíduos sólidos; (v) gestão do solo; (vi) utilização de energia; (vii) gestão da utilização da água; (viii) qualidade do ar; (ix) efluentes; (x)

utilização das áreas de entorno; (xi) gestão de recursos humanos; (xii) utilização de agroquímicos.

2.8 CADEIA PRODUTIVA DA VITIVINICULTURA

A cadeia produtiva é uma representação de todo o esquema de produção de um determinado produto, tudo o que está relacionado desde sua produção até a comercialização do mesmo (ANDRADE, 2002). Neste conceito estão incluídos vários setores da economia, fluxo de mercadorias, matéria prima, fluxo de bens, entre outros. Em outras palavras, uma cadeia produtiva representa o conjunto de todas as operações comerciais e financeiras para a produção e distribuição de um produto.

Cadeias produtivas são uma sucessão de etapas ordenadas que compreendem a produção de bens em todas as suas fases. Toda cadeia apresenta cinco elos fundamentais: insumos, produção, processamento, distribuição e consumidor final (ARAÚJO, 2010).

De acordo com Batalha e Silva (2007), uma cadeia produtiva representa um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem, entre todos os estados de transformação, um fluxo de troca, situado de montante à jusante, entre fornecedores e clientes.

A fruticultura tem algumas peculiaridades que as diferenciam das demais cadeias agropecuárias. Uma característica específica da cadeia frutícola é capacidade de alta produtividade em menores áreas, comparadas com outras culturas. Outras características da atividade são: intensiva em mão de obra e principalmente pelas características dos produtos como a perecibilidade; necessidade de maior organização entre a produção e comercialização, pois, devido à sua alta perecibilidade, se não há uma adoção de determinadas tecnologias como a transformação (beneficiamento) e/ou refrigeração, não é possível a estocagem do produto por longos períodos, mantendo a qualidade do produto (BRAGA et.al, 2009).

Brasil (2007) aponta uma série de características específicas da cadeia da fruticultura que podem influenciar na competitividade de mercado, caso não haja uma observação atenta e contorno destas questões. Dentre estas questões é válido ressaltar a forte presença de agricultores familiares e elevada relação trabalho/capital, um número elevado de cooperativas e associações de produtores, flutuações acentuadas de preços associadas à sazonalidade e calendários de

produção diferenciados entre os hemisférios Norte e Sul e até mesmo no interior do País, comércio com grande número de países produtores, envolvendo muitas empresas importadoras e exportadoras.

A cadeia produtiva da uva para produção de vinhos finos está em alta no Brasil, devido ao fato de o país apresentar um grande potencial para tal finalidade e ser considerado uma das melhores regiões do mundo para produção de vinhos finos e espumantes devido a suas condições edafoclimáticas (MELLO, 2011). Segundo Mello (2013) o Rio Grande do Sul é considerado o principal produtor de uvas do Brasil, seguido do Estado de São Paulo e Paraná.

Segundo Souza (2001), a vitivinicultura, como qualquer outra cadeia, apresenta gargalos. Dentro dos mesmos está a importação de mudas que se torna fator relevante na questão capital disponível, podendo o produtor demorar a ter o retorno financeiro do investimento. Além disso, outro gargalo está atrelado à instabilidade do preço pago aos produtores de uvas que repassam seu produto final fazendo com que a lucratividade do produtor seja menor.

Ainda segundo o autor, outro gargalo bastante relevante para a cadeia é a parte logística, pois isso tem comprometido a qualidade do produto que chega até o processamento, fazendo com que a qualidade do produto baixe e consequentemente a lucratividade do produtor.

A análise de uma cadeia produtiva para Triches e Zorzi (1999) deve considerar diversos fatores, dentre os quais destacam-se: (i) fatores relacionados à macroestrutura em que a cadeia está inserida, os condicionantes impostos por esta macroestrutura; (ii) diversos tipos de processos que ocorrem no interior das cadeias como compras e vendas, troca de informações, estabelecimento e repactuação de acordos e normas de conduta; e (iii) comportamentos dos agentes formadores da cadeia bem como as organizações estritamente associadas. Dessa forma, o estudo das cadeias é desenvolvido sob a ótica da integração das atividades de insumos e produtos, tendo em consideração sempre o conhecimento e a dimensão de mercados estratégicos. Tal fato permite a busca do desenvolvimento articulado entre agentes privados, governamentais e de ciências e tecnologia, visando à geração de maior valor agregado.

A análise de uma cadeia produtiva permite ainda visualizar as ações e inter-relações entre todos os agentes que a compõem e dela participam. O mais importante no estudo de uma cadeia é a compreensão das funções e inter-relações

entre os diversos segmentos e agentes que a compõem. Entendida assim e compreendido o funcionamento da mesma, há melhor possibilidade de êxito nas ações, atuações e intervenções dos agentes que dela participam (ARAÚJO, 2009; 2010).

Segundo Araújo (2009), ao analisar a cadeia produtiva de qualquer produto agropecuário visualizam-se todas as ações e agentes que a compõe e participam da produção do mesmo e todas as suas inter-relações; em outras palavras é um conjunto de etapas consecutivas destinadas a produção de um produto, desde a produção até a comercialização.

De acordo com pesquisa efetuada pelo Ministério da Integração Nacional, em conjunto à Secretaria das Desigualdades Regionais do estado do Rio Grande do Sul, e sob execução da OCERGS, os efeitos da crise refletem-se sobre a sociedade, a qual mostra seu anseio por melhorias das condições de vida (OCERGS, 2003).

Nesta pesquisa, a população da metade sul do estado, e também aquela mais específica ao objeto do trabalho (Região da Campanha), apontaram o desemprego como a principal fragilidade da região (25% e 26% do total, respectivamente), seguido pelos serviços de infraestrutura (23% e 26% do total, respectivamente). Ressalta-se que a falta de gestão estratégica do desenvolvimento é apontada logo a seguir (com 19% e 20% do total, respectivamente). Na pesquisa ainda são apontadas como perspectivas de solução para as regiões mencionadas, primeiramente o aumento da capacidade de trabalho e renda (47% e 39%, respectivamente) e logo após, novamente cabendo analogia da relação causa-efeito, a necessidade de mudança da matriz produtiva (29% e 36% respectivamente).

Esta situação aponta para a necessidade da busca por alternativas produtivas que permitam ao agricultor manter-se no campo e em condições de sobreviver. Assim, começam a surgir, mediante a implantação de Projetos de Desenvolvimento, ainda que de forma incipiente, iniciativas que visavam a diversificação produtiva na região da Campanha. Dentre estas iniciativas, cabe citar o Programa de Fruticultura Irrigada da Metade Sul do RS (PDFIMS/RS) e o Programa Estadual de Fruticultura (PROFRUTA/RS), e seu papel na articulação das mais diversas iniciativas surgidas na região alvo do estudo e relacionadas à fruticultura (RATHMANN et al., 2008).

2.9 ANÁLISE SWOT DA CADEIA PRODUTIVA

A análise SWOT é formada por quatro palavras chaves (HELMS; NIXON, 2010), Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças), sendo demonstrada no formato 2x2 (Tabela 1), onde são apresentados os pontos favoráveis, desfavoráveis, as ameaças e as oportunidades do objeto em análise.

Tabela 1: ESQUEMA BÁSICO DA ANÁLISE SWOT

Pontos Favoráveis	Ameaças
Pontos Desfavoráveis	Oportunidades

FONTE: ADAPTADO DE HELMS E NIXON (2010).

Com base na análise SWOT, os gestores podem entender melhor como pontos fortes podem ser aproveitados para perceber novas oportunidades e compreender como as fraquezas podem retardar o progresso ou ampliar as ameaças da organização. Além disso, é possível postular caminhos para superar as ameaças e as fraquezas ou futuras estratégias (HELMS e NIXON, 2010).

A utilização da análise SWOT, como ferramenta de diagnóstico, já se consolidou nos mais diversos ramos de atividade. No ramo agroindustrial e de propriedades rurais, observaram-se resultados satisfatórios em relação ao diagnóstico das unidades presentes nesses setores (PARISE, 2010).

A partir da análise SWOT da cadeia da vitivinicultura na região da campanha será possível visualizar gargalos e pontos favoráveis, destacando-se as ameaças ao desenvolvimento da cadeia e a definição das perspectivas e oportunidades futuras.

3 MATERIAL E MÉTODOS

3.1 APRESENTAÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO

A Campanha Gaúcha situa-se na Mesorregião Sudoeste Rio-grandense, na qual se podem perceber os gêneros de vida mais típicos do Brasil, simbolizado pelo gaúcho, o qual é responsável por códigos culturais e uma economia singular neste recorte espacial do estado gaúcho. Denomina-se de Campanha Gaúcha as regiões fronteiriças e centrais do Estado do Rio Grande do Sul, popularmente conhecida como “fronteira”. Uma de suas principais características é a topografia levemente ondulada do pampa, de suaves colinas e, também, das coxilhas, com vegetação de gramíneas, quase uniforme, as quais completam o quadro natural, atribuindo grande importância para a economia da região por fornecer uma das melhores pastagens naturais do país, o que justifica a consolidação da pecuária como principal atividade econômica deste recorte regional (ALVES e BEZZI, 2012).

Conforme o IBGE (2013), esta Mesorregião (Figuras 1 e 2, página 8) é composta pelas Microrregiões Geográficas da Campanha Ocidental, Central e Meridional, constituindo uma região que alia, sob a ótica da cultura, a política com a formação de lideranças regionais e na economia através da coexistência da pecuária extensiva tradicional e da inserção de novos atores econômicos, que marcam a influência do capital na Mesorregião como um agente que “tenta” romper as barreiras impostas por tradições seculares.

A região da Campanha Gaúcha está localizada no chamado Paralelo 31° Sul, mesma latitude de países como Austrália, Nova Zelândia, África do Sul, Chile, e Argentina, todos países do novo mundo vitivinícola (POLLNOW et al., 2013).

A pesquisa foi conduzida na Microrregião em que estão incluídas as cidades: Aceguá, Pedras Altas, Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Herval, Hulha Negra, Quaraí e Santana do Livramento denominando-se Microrregião Fronteira Uruguai (Figura 2, página 8)

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA CAMPANHA GAÚCHA

Vegetação

Na Região da Campanha, de acordo com Giradi-Deiro e Gonçalves (1983) predomina uma vegetação do tipo campestre, formada principalmente por gramíneas, compostas e leguminosas. Entretanto, como consequência das diversificações de relevo e tipos de solo ocorrem variações nesta formação campestre. Existem campos finos, compostos por espécies herbáceas de alto valor forrageiro, campos médios, composto por espécies herbáceas de valor forrageiro alto e outras de baixa qualidade. Campos sujos, composto, na sua maioria por espécies de baixa qualidade forrageira, associado a algumas espécies arbustivas. De um modo geral, a vegetação arbustiva é rala, formando caponetes isolados nos campos. As principais espécies que ocorrem são: vassoura vermelha (*Dodonaea viscosa*), capororoca (*Myrsine umbellata*) aroeira do campo (*Lithraea brasiliensis*), taleira (*Celtis tala*), vassoura (*Baccharis sp.*), araçá (*Psidium sp.*), pitangueira (*Eugenia uniflora*), camboim (*Eugenia sp.*) e outras espécies de *Myrtaceae* de caule retorcido.

Os mesmos autores acrescentam que, quando existem condições de umidade favoráveis, como nas encostas úmidas e cursos d'água, a vegetação inclui árvores altas como o cedro (*Cedrela fissilis*), caneleira (*Nectandra sp.*), açoita cavalo (*Luehea divaricata*) e camboatá (*Cupania vernalis*). Existem também matas de galeria, ao longo dos principais cursos d'água.

Um aspecto marcante da fisionomia da Estepe, característica da Campanha, segundo Leite e Klein (1990), é a grande uniformidade do relevo, o que condiciona a formação de uma cobertura vegetal tipologicamente simples. Na sua imensa maioria, a Estepe compreende uma formação Gramíneo-Lenhosa típica, destituída de aglomerados arbustivos-arbóreos significativos. Estes, quando ocorrem, estão associados aos acidentes mais pronunciados do terreno e/ou aos microambientes mais bem dotados e/ou mais protegidos dos ventos.

A Campanha Gaúcha é constituída por uma superfície plana e igual que, por causa de sua enorme extensão e seu aspecto uniforme, apresenta uma vegetação constituída basicamente por gramíneas (10 a 50cm de altura), formando um tapete que recobre o relevo suave (coxilhas). As árvores de médio e grande porte são

quase ausentes desse sistema e as espécies herbáceas (arbustos ou gramíneas) que existem na região podem aparecer em tufos dispersos, deixando exposto e desprotegido o solo, que recebe da umidade oriunda da vegetação, e uma importante quantidade de matéria orgânica, pois é muito pobre em nutrientes (FERNANDES, 1998).

Este mesmo autor salienta ainda que, de todas as regiões naturais do Rio Grande do Sul, a Campanha é a que mais ostenta o caráter de Pampa, pois a vegetação silvática maciça só aparece na borda setentrional, deixando todo o resto à flora graminácea, sulcado por tênues matas de galeria. Segundo o ponto de vista de alguns, fisiograficamente constitui-se num setor particular brasileiro, cujas formações campestres se aproximam das estepes russas, sendo apenas interrompidas pela vegetação florestal em certos pontos.

Solo e relevo

Os solos da região da campanha possuem acidez excessiva e são compostos por um tipo de argila fina tão fortemente ligada que só com muita dificuldade absorve água. Também ocorrem solos argilosos com pedregulhos que fornecem à vegetação um solo muitas vezes duro e pouco permeável que depois das chuvas seca rapidamente. A topografia suave com pouca declividade deixa o chão sem abrigo contra a insolação e os ventos, permitindo ao mesmo tempo uma rápida secagem pelo escoar da água. A região possui relevo aplainado a ondulado e dominância de solos derivados dos derrames basálticos e de diversas formações litológicas sedimentares. Revestindo estas feições geomorfológicas desenvolvem-se as formações campestres classificadas pelo Projeto RADAMBRASIL como Estepe (LEITE e KLEIN, 1990).

Clima

Conforme Girardi-Deiro e Gonçalves (1983), o clima da região da Campanha do RS. corresponde, na classificação de Koppen, ao mesotérmico tipo subtropical úmido, da classe Cfa, com chuvas regularmente distribuídas durante o ano. A precipitação média anual é de 1.350mm, com uma variação de 20%. A distribuição desta precipitação durante o ano se situa em torno de 34% no inverno, 25% na

primavera, 25% no outono e 16% no verão. A temperatura média anual é de 17°C, sendo a média do mês mais quente (janeiro) de 24°C e do mês mais frio (junho) de 12,5°C. As temperaturas extremas são de -4°C e 41°C. A formação de geadas ocorre de abril a novembro, com maior incidência de junho à agosto. A umidade do ar oscila entre 75% a 85%. Os ventos predominantes são Sudeste e Nordeste.

3.3 ETAPAS DA PESQUISA

O trabalho foi dividido em duas etapas: na primeira foi conduzida uma pesquisa de campo. Na segunda etapa, realizou-se uma análise SWOT com base nas respostas da pesquisa de campo (Apêndice 1).

3.4 POPULAÇÃO ESTUDADA

Foram pesquisados dezesseis vitivinicultores pertencentes aos municípios de Bagé, Candiota, Dom Pedrito, Pedras Altas e Santana do Livramento (Tabela 2). Todos os entrevistados são vitivinicultores pertencentes à região da Campanha do Rio Grande do Sul- Sub-divisão Fronteira Uruguai. Os produtores investigados foram obtidos ao acaso, a partir de uma lista de produtores fornecida pela Associação dos Produtores de Vinho da Campanha Gaúcha (2013).

Tabela 2: Número total de produtores entrevistados, conforme município (Associação dos produtores de vinho da Campanha, 2013).

Município pesquisado	Entrevistados
Bagé	10
Candiota	1
Dom Pedrito	3
Pedras Altas	1
Santana do Livramento	1
Total	16

FONTE: DADOS DO AUTOR.

A seleção e contato dos produtores que fizeram parte da pesquisa contou com a colaboração das Associações de Vitivinicultores e Fruticultores dos

municípios pesquisados visando levantar questões gerais e de ordem logística para a realização da pesquisa.

Como critério de seleção, priorizou-se os produtores que apresentavam diferenças em relação à área cultivada, técnicas de cultivo, variedades, formas de comercialização da fruta, que tivessem um mínimo de organização para que as informações pudessem ser levantadas e que mostrassem interesse em participar da pesquisa.

Os dados foram coletados de maio à dezembro de 2013, a partir da elaboração e aplicação de questionários. O método utilizado para obter os dados foi a entrevista presencial e semi-estruturada, aplicada a uma amostra de 16 produtores (Tabela 2). Visando atender aos objetivos listados no projeto, inicialmente, foi realizado um pré-teste, para melhor adequação dos questionários.

3.5 PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa de campo ou levantamento caracteriza-se pela indagação sobre determinada sociedade, comunidade, instituição ou grupo social. As técnicas utilizadas são as observações controladas, entrevistas, questionários ou formulários (GONÇALVES, 2005).

As pesquisas do tipo levantamento ou de campo fundamentam-se na interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obter-se as conclusões correspondentes aos dados coletados (LEAL e SOUZA, 2006).

Nesta pesquisa foi utilizada a técnica da entrevista com questões estruturadas e semiestruturadas. Os pontos abordados na pesquisa de campo foram os seguintes: ano de início do cultivo, sistema de produção, área cultivada, produtividade média, variedades cultivadas, gargalos observados, razões para investir na vitivinicultura, mão de obra, manejo de pragas e doenças, comercialização, destino da produção, assistência técnica, concorrência com produtos importados, impostos e obtenção de financiamentos. A ficha de entrevista completa consta no Apêndice 1.

3.6 ANÁLISE SWOT DA CADEIA DA VITIVINICULTURA

Com base nas respostas das entrevistas feitas com os produtores, foi realizada uma análise SWOT da cadeia da vitivinicultura, definindo-se os pontos fortes, fracos, oportunidade e ameaças ao agronegócio regional.

3.7 ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Os dados das entrevistas estão apresentados em gráficos elaborados no Excel. A análise dos gráficos, para os dados objetivos, é quantitativa. Para os dados subjetivos foi feita uma análise qualitativa dos mesmos, apresentando-se esses resultados como texto na discussão dos dados das respectivas Figuras.

Para a análise SWOT, foram definidos, com base nas entrevistas, os principais pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades à cadeia da vitivinicultura na região da Campanha do Rio Grande do Sul.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 PESQUISA DE CAMPO

Conforme a Figura 3, verifica-se que, dos 16 produtores entrevistados, 8 (50%) iniciaram o plantio da videira em 2002.

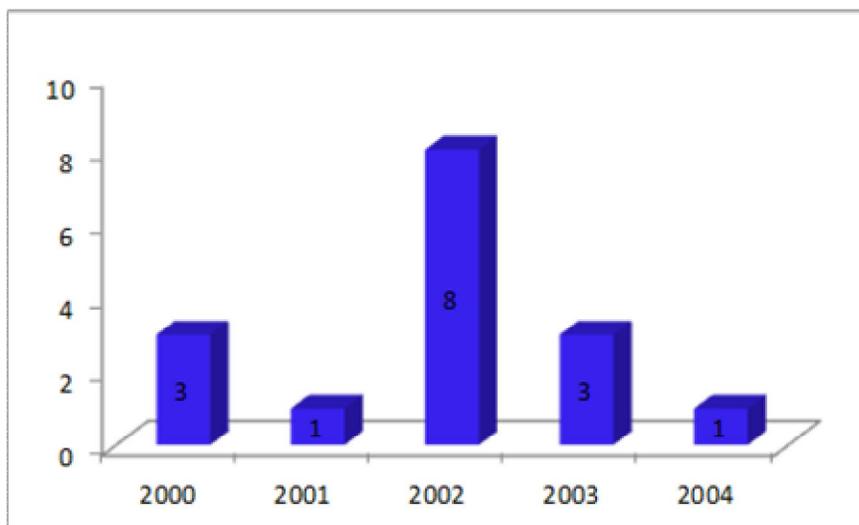


Figura 3 - Ano de início do cultivo de videiras, segundo produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

O início do século XXI foi um período de grande incentivos públicos ao cultivo de videiras para vinhos finos na região. Isso ocorreu devido a um período de redução das margens de lucros, baixos preços e aumento nos custos de produção na pecuária e na cultura do arroz, com isso, os produtores passaram a procurar novas opções, principalmente de culturas perenes, que pudessem dar um melhor suporte financeiro às propriedades como alternativa aos cultivos e criações tradicionais. Nesse sentido, no final da década de 90 e início dos anos 2000 houve grande interesse tanto por parte de pequenos, médios e grandes produtores, como de profissionais liberais, em investir na cultura da videira na região.

Conforme a Figura 4, 13 (81%) propriedades cultivam a videira em até 15ha, duas propriedades (12,5%) possuem cultivos que situam-se entre 15 e 25 hectares e apenas 1 (6,5%), possui área maior que 25 hectares.

Anzanello (2012), em pesquisa conduzida no RS, observou que a maioria das propriedades analisadas com o cultivo da videira possuíam até 30ha.

É possível que as principais razões para o tamanho reduzido da maioria das áreas destinadas à videira, na região da Campanha, sejam uma aposta inicial dos produtores tradicionais de arroz e pecuaristas na diversificação de suas atividades bem como a compra de pequenas áreas por profissionais liberais para investirem suas rendas em um novo e promissor cultivo na região. Assim, a cultura da videira vem se constituindo em excelente opção de renda para pequenos, médios e grandes produtores da região que anteriormente não possuíam nenhum conhecimento técnico sobre a espécie.

Outra provável explicação é que a cultura demanda, em determinadas épocas, grande mão de obra e uso tecnológico, sendo, portanto, desenvolvida em pequenas áreas, o que facilita o manejo, minimiza custos de produção e otimiza os ganhos.

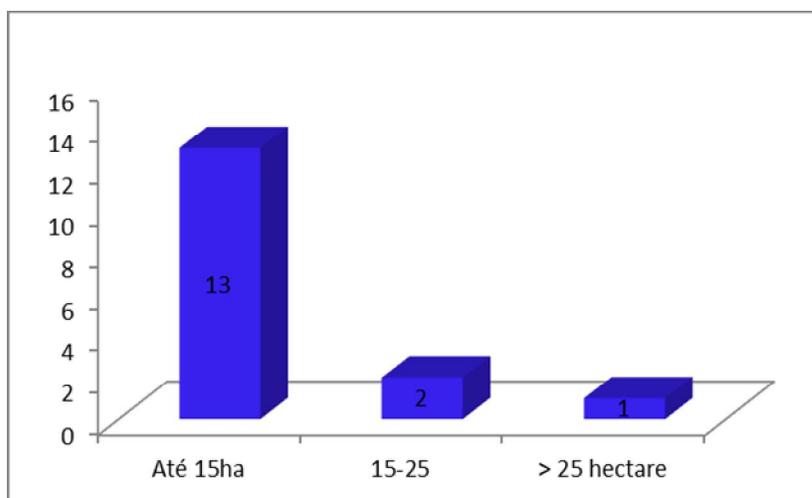


Figura 4 - Área cultivada de videira na safra 2012/2013 na região da Campanha do Rio Grande do Sul, conforme os produtores entrevistados.

O rendimento médio por hectare (Figura 5) tem sido de 10t/ha, para 13 entrevistados (81%) e de 8t/ha para 3 produtores (19%).

Em pesquisa sobre a vitivinicultura no Rio Grande do Sul, Anzanello (2012) verificou que a produtividade média foi de 9,6 toneladas/ha, sendo maior nos municípios localizados na metade Norte (10,4t/ha) em comparação à Metade Sul (5 t/ha). Essas diferenças de produtividade média ocorrem em função da variedade, sistema de condução utilizado, nível tecnológico e condições edafoclimáticas.

Os dados aqui apresentados mostram, portanto, uma excelente produtividade média para o cultivo da videira na campanha, comparando-se com a média do estado, o que demonstra, mais uma vez, tanto as excelentes condições edafoclimáticas desta região como a aplicação adequada das melhores técnicas de manejo e condução da cultura.

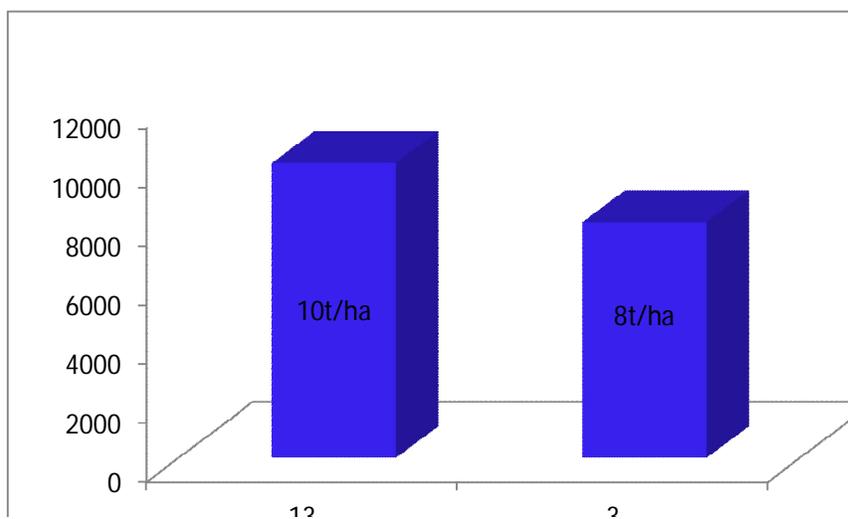


Figura 5 - Produtividade média da cultura da videira para vinhos finos, em quilogramas por hectare, segundo os produtores entrevistados.

A Figura 6 apresenta os principais varietais cultivados pelos produtores da região da Campanha. Destacam-se a varietal Chardonnay com 8 citações, Tannat, Merlot, Sauvignon Blanc e Cabernet Sauvignon com 6 citações cada e Pinot Noir com 4.

A variedade Chardonnay é uma das mais cultivadas nesta região bem como na metade Norte (Serra Gaúcha), sendo uma das uvas mais demandadas tanto para a produção de vinhos tranquilos como para a fabricação de espumantes. Além disso, conforme os produtores, esta variedade é de fácil manejo e boa comercialização.

As demais variedades citadas encontram-se dentre as mais usadas na fabricação de vinhos tranquilos e espumantes nas vinícolas do Rio Grande do Sul, sendo portanto, escolhidas para serem cultivadas na região.

As uvas finas ou européias (*Vitis vinífera*) apresentam características próprias para a fabricação de vinhos finos ou de mesa. Possuem baixa resistência às principais doenças da cultura e, por este fato se torna uma produção com custo mais elevados evidenciados pelo maior número de tratamentos e aplicações de

defensivos. Porém, estas variedades apresentam uma maior valorização no mercado nacional.

Dentre as principais variedades de uvas finas cultivadas no RS, destacam-se: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Tannat (MANDELLI e MIELE, 2007).

Os produtores entrevistados destacaram que escolhem a variedade a ser cultivada em função da qualidade da uva para vinhos ou espumantes, facilidade de manejo e custos de produção e demanda das vinícolas. Neste estudo, todos os produtores analisados possuem, em média, de 3-6 cultivares nos seus vinhedos.

Essa diversificação do número de cultivares tem sido relatada por eles como essencial, pois, desse modo, há escalonamento da colheita, facilidade de manejo e tratos culturais, opções de comercialização, elaboração de diferentes cortes varietais.

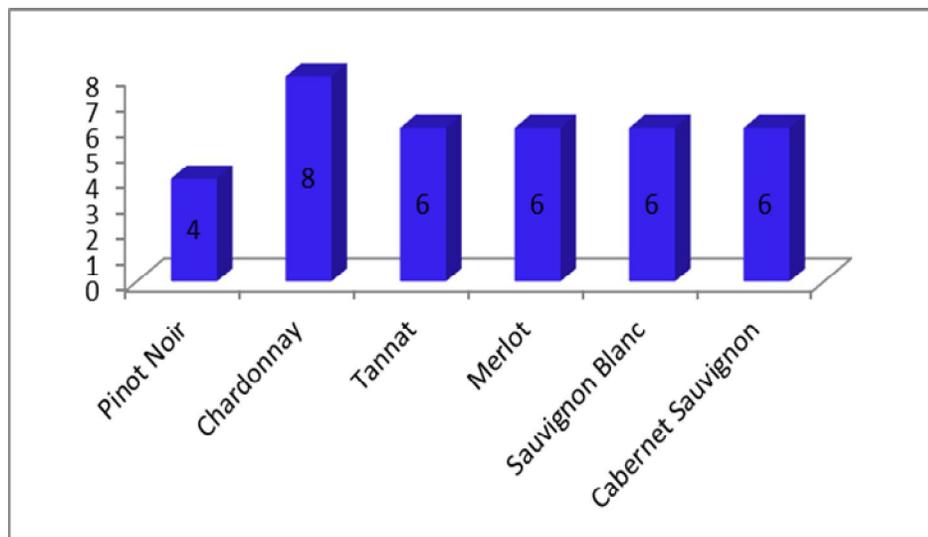


Figura 6 - Principais variedades citadas pelos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul (em número de citações).

Verifica-se na Figura 7 os principais gargalos observados pelos produtores. Dentre estes, pode-se destacar a mão de obra e a comercialização, citados, por 7 e 5 entrevistados, respectivamente. Estes fatores foram mencionados com veemência pelos produtores que queixam-se da falta de mão de obra qualificada principalmente em ocasiões especiais como poda, aplicação de defensivos e colheita.

A contratação de diaristas ou safristas ocorre principalmente para as atividades de desbrota, desbaste dos cachos e colheita, sendo que muitos colaboradores são oriundos da Serra Gaúcha ou mesmo de outros estados.

Em trabalho realizado no interior do estado de São Paulo, Costa et al. (2012) também constataram que a falta de mão de obra qualificada é um dos problemas apontados pelos produtores como fator limitante para expansão da cultura da videira na região. Verifica-se que, embora a atividade seja considerada como uma alternativa para a agricultura familiar, esta tem exigido mão de obra além da disponível pelas famílias.

No trabalho de Costa et al. (2012), além da mão de obra familiar utilizada por todos os produtores, o empregado permanente está presente em 57,9% das propriedades na condução das parreiras, seguido por diaristas em 47,36% e 21% dos produtores utilizam somente mão de obra familiar.

A comercialização foi outro ponto bastante destacado nas entrevistas (Figura 7), sendo que um produtor comentou que quem determina o preço é sempre a indústria, e isso ocorre independente da qualidade e diferenciais da uva produzida por ele. A provável explicação é que há poucas vinícolas no RS que compram as uvas viníferas dos produtores da região, estabelecendo um preço único aos produtores, o que constitui-se em um oligopólio. Nesse sentido, produtores que possuem vinícolas levam vantagem ao industrializar a própria produção e de outros vinicultores da região, agregando, com isso, valor aos seus produtores. Os produtores apontaram ainda os elevados custos de produção principalmente em relação à aquisição de mudas, defensivos e fertilizantes.

Outro ponto mencionado foi o número de impostos cobrados que ainda é considerado alto pelos produtores. Conforme Souza (2001) esse fato ocorre em virtude da concorrência desleal com vinhos finos comprados de países vizinhos, como o Uruguai, Argentina, onde os impostos são bem mais baixos que os de nosso país.

Em síntese, os produtores da região reclamam do aumento significativo dos custos de produção, a cada ano, entretanto, os preços recebidos pelas uvas pouco ou nada aumentam, o que tem feito diversos produtores a reduzirem a área cultivada com videiras para investirem em agricultura. À médio e longo prazo, caso esse problema não se resolva, poderá levar a uma redução significativa do número de vitivinicultores na região, sobretudo aqueles que não possuem vinícola para industrialização e agregação de valor aos seus produtos, ficando assim à mercê do preço imposto pelo oligopólio das grandes vinícolas.

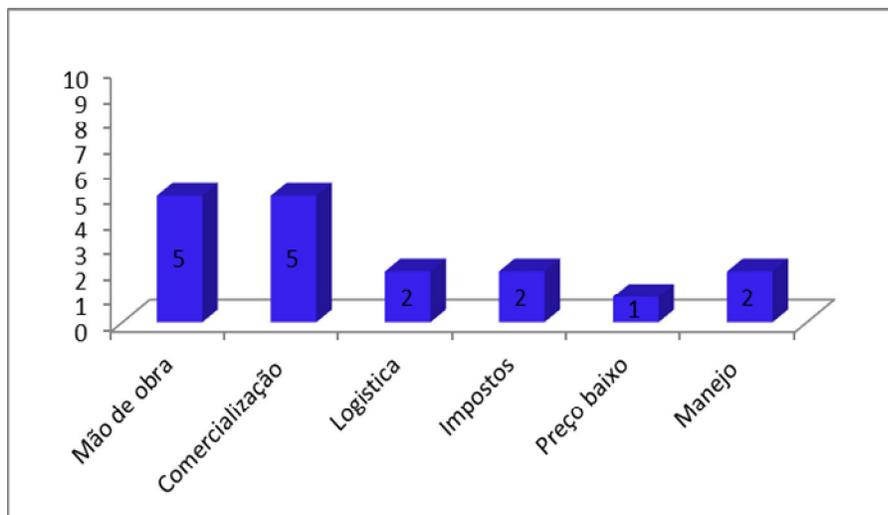


Figura 7 - Gargalos encontrados na cadeia da vitivinicultura, segundo produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

Os produtores ainda fizeram referência a outros fatores considerados como gargalos, como por exemplo, fatores externos (um produtor citou a dificuldade em controlar a invasão de pássaros em algumas safras) e fatores biológicos (a fase de dormência da videira foi além do tempo ideal em função do clima frio).

Formolo et al. (2011) relatam que os principais problemas enfrentados para implementar estratégias de manejo de pragas no cultivo de uvas finas para mesa são a ausência de metodologias confiáveis para o monitoramento e o reduzido número de inseticidas autorizados para a fruta, além da falta de assistência técnica. A ocorrência de pragas e doenças na cultura pode gerar grandes perdas e tornar-se fator limitante à viticultura na região. Nesse sentido, a realização de pesquisas que visem à adequação do correto manejo das diversas pragas e doenças que atacam a cultura é fundamental para viabilização de manejos mais eficientes, com redução de custos e riscos ao meio ambiente.

A Figura 8 apresenta as principais razões pelas quais os produtores iniciaram o cultivo da videira na região da Campanha. É possível destacar a diversificação das atividades e as condições edafoclimáticas favoráveis como razões para os entrevistados iniciarem o cultivo na região. Um produtor ainda apontou que, futuramente, pretende construir uma vinícola.

Brixner (2013) salienta que a vitivinicultura torna-se uma alternativa para as pequenas propriedades familiares, pois fixa a mão de obra familiar na propriedade.

A vitivinicultura inserida dentro da chamada “Metade Sul” do RS é um fator de dinamização das economias locais, visto se tratar de regiões com os piores índices de desenvolvimento econômico do estado, com uma indústria pouco dinâmica e um setor agropecuário pouco diversificado. Assim, a atividade acaba sendo uma das alternativas para a retomada do crescimento e desenvolvimento econômico das referidas regiões (MATTEI e TRICHES, 2009).

Rathmann et al. (2008) observaram uma correlação positiva da produção de uvas e um incremento significativo no PIB do município de Dom Pedrito a partir de 2002. Os autores destacam ainda que a inserção da viticultura na Campanha vem se dando não mediante a eliminação da cultura anterior, mas sim como uma alternativa adicional de geração de renda, o que leva a que o produtor rural não perca a identidade com a atividade produtiva tradicional. Mais do que isso, não fica prisioneiro de uma cultura única, o que permite alternativas de renda em momentos de crise da cultura, reduzindo o impacto da crise e das sazonalidades inerentes às produções agropecuárias.

De acordo com Engelmann (2009), o desenvolvimento da indústria vinícola na Região da Campanha do Rio Grande do Sul passa a ser um fator de dinamismo para a região. Neste sentido, o autor destaca que esta atividade torna-se uma alternativa para a diversificação de atividades e obtenção de renda, em uma região predominantemente pecuária.

A rápida expansão da atividade pode ser atribuída à associação de excelentes características edafoclimáticas para produção e elaboração de vinhos, em meio à crise na atividade pecuária, quebra nas safras de grãos, e, consecutivamente, desvalorização das terras. Além disso, o esgotamento fundiário da Serra Gaúcha, atrelado à necessidade de expansão de investimentos das grandes vinícolas, motivadas principalmente pela conquista do status de Indicação de Procedência do Vale dos Vinhedos, e com forte atuação de instituições de pesquisa e fomento como Embrapa e SEBRAE devem ser conjuntamente vistos como fatores que podem ser atribuídos à expansão da atividade vitivinícola na Campanha Gaúcha (POLLNOW et al., 2013).

É possível que, tanto pelas condições edafoclimáticas favoráveis na região da Campanha, como pelo relevo plano a levemente ondulado, que favorece a mecanização, quanto pela alternativa em diversificar as atividades tradicionais, diversos produtores rurais pequenos, médios ou grandes bem como profissionais

liberais interessaram-se em investir na cultura da videira nesta região, nos últimos 14 anos.

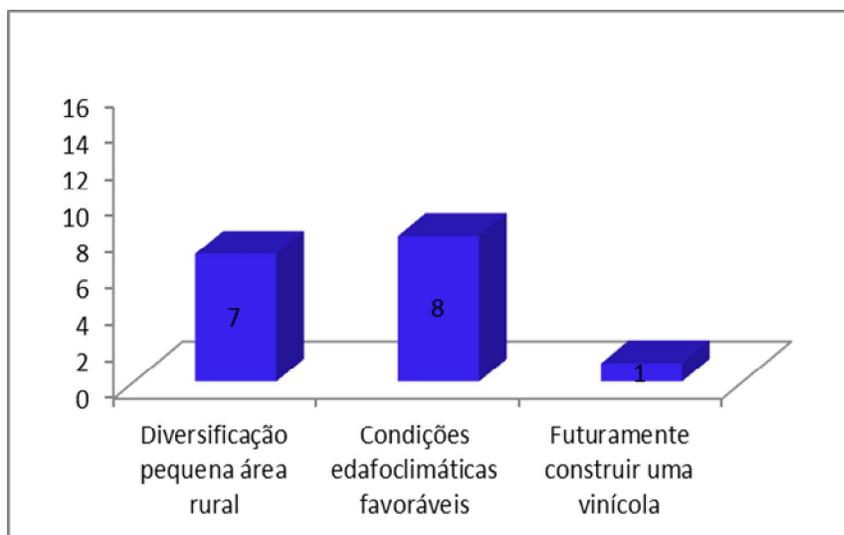


Figura 8 - Principais razões para iniciar o cultivo da videira, conforme citações dos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

A Figura 9 destaca o destino da produção de uvas da região da Campanha. Dos 16 entrevistados, 8(50%) enviam a produção para Bento Gonçalves, 5 vinificam na propriedade ou próximo a ela, 2 em Santana do Livramento e um em Santa Maria. A predominância de envio da produção para a Serra Gaúcha para serem processadas as uvas explica-se pelo fato de que a maioria dos entrevistados não possuem vinificação, necessitando, portanto, enviar a produção para uma indústria. A empresa para onde é transportada a maioria da produção da região é a Salton, em Bento Gonçalves.

Dois produtores afirmaram que sua produção não sofre com problemas logísticos, pois a empresa para qual ele repassa suas uvas fica responsabilizada por buscar o produto na propriedade, mandando transporte adequado. Outros três produtores citaram que o transporte é feito apenas à tardinha-noite em que as temperaturas estão mais baixas. Ainda, outro produtor citou que para levar sua produção até outro município é necessário viajar 17km de estrada de chão, e quando chove fica praticamente impossível de realizar o transporte.

Outro produtor citou que realmente a logística é um gargalo nesta cadeia, ainda mais por estarem localizados longe dos grandes centros, como afirmou Souza

(2001). 10 produtores comercializam parte da produção nos mercados da região, principalmente Bagé, Dom Pedrito e Santana do Livramento.

Considerando o destino da produção final de uva, foi constatado que, na grande maioria, a produção não fica na sua cidade de origem, sendo encaminhada a outras cidades para fazer a vinificação.

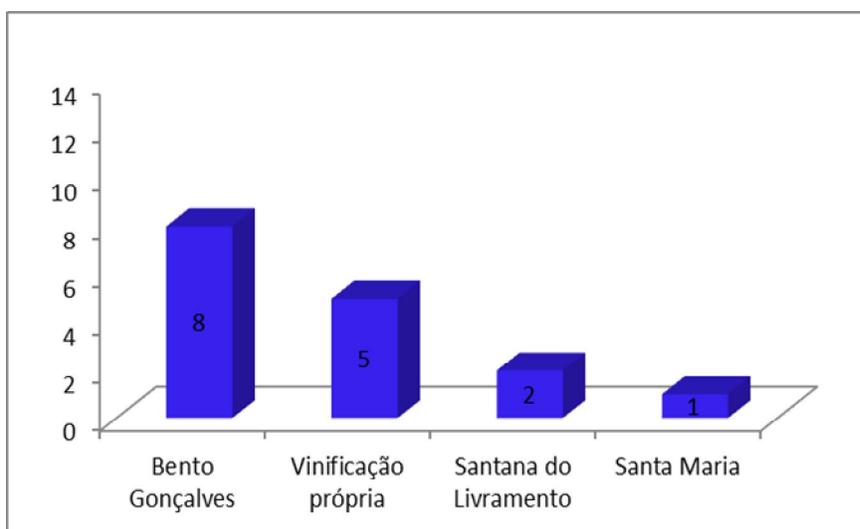


Figura 9 - Destino da produção de uvas, conforme citações dos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

Todos os produtores entrevistados afirmaram ter assistência técnica especializada (Figura 10). Esse fato é altamente positivo e demonstra claramente o caráter profissional com que os produtores estão encarando a atividade na região. A assistência técnica, em toda a atividade agrícola, propicia o uso das tecnologias existentes, adoção de novas técnicas, redução dos custos de produção e assim, acréscimos quantitativos e qualitativos, traduzindo-se por maiores lucros. Na região da Campanha há poucos profissionais das ciências agrárias com atuação específica na assistência técnica dos vinhedos. Ocorre que, geralmente, um único profissional é responsável pela supervisão de diversos vinhedos em cidades próximas.

Em trabalho realizado na região de Jales, SP, Costa et al. (2012) relataram que 84% dos produtores pesquisados não contam com nenhum acompanhamento técnico, enquanto os demais contratam assistência técnica particular. Quando necessitam, os produtores que não têm assistência buscam auxílio técnico na Casa da Agricultura local e nas revendas de produtos agropecuários da região.

De acordo com estimativas de profissionais vinculados a entidades organizacionais, a cadeia vitivinícola gaúcha emprega ao redor de 100 mil pessoas. São trabalhadores vinculados à produção e comercialização de insumos, produtores de uva, vinicultores, além de segmentos que produzem vinhos e outros derivados, profissionais vinculados à distribuição dos produtos, entre outros (MATTEI e TRICHES, 2009).

A maior parte dos profissionais que trabalha na cadeia está ligada à produção de uva (viticultores), onde se estima que no estado existam atualmente entre 15 e 16 mil propriedades com plantio de vinhedos, distribuídos em cerca de 150 municípios. Esse número extremamente elevado é responsável, entre outros motivos, por colocar a uva como a principal cultura frutífera do estado, tanto em nível de hectares plantados como nos totais produzidos, de acordo com dados da Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica do Estado do Rio Grande do Sul (EMATER/RS, 2004).

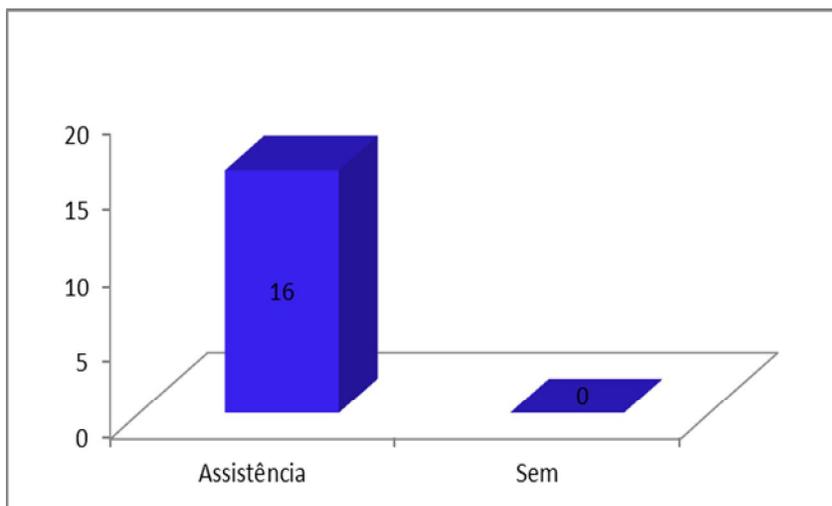


Figura 10 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul entrevistados que possuem assistência técnica.

Observa-se que 12 entrevistados (Figura 11) consideram problema para a cadeia a concorrência com os vinhos importados, enquanto 4 apontaram ser indiferente, pois eles preocupam-se apenas em produzir.

Conforme Souza (2001) em virtude da concorrência desleal com vinhos finos que ocorre na fronteira com o Uruguai, onde os impostos são bem mais baixos que os de nosso país, há prejuízos consideráveis à cadeia da vitivinicultura do RS.

O selo fiscal que se tornou obrigatório no comércio de vinhos vem de modo a controlar esta venda de vinhos importados para que haja tributação dos mesmos, conforme Lopes (2011). Além deste fator outra posição desfavorável levantada pelo autor, foi em relação aos vinhos importados que entram no país de forma ilegal (além da cota limite), para ser vendidos em restaurantes e lojas brasileiras, estes entram no país sem pagar nenhum imposto, por isso os preços comercializados são, geralmente, reduzidos em comparação com os vinhos e espumantes nacionais.

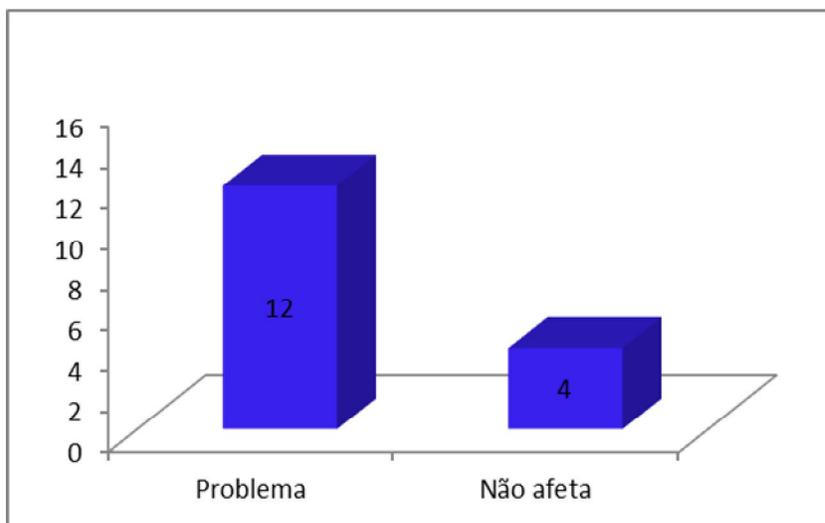


Figura 11 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul ao serem questionados sobre a concorrência com os vinhos importados.

A Figura 12 mostra que 12 entrevistados afirmam desconhecer a existência de incentivos públicos para a cultura da videira, 4 produtores relataram conhecer a existência de incentivos públicos mas que foram especialmente importantes no início do cultivo da videira e atualmente não fazem uso de crédito e/ou financiamentos.

Costa et al. (2012), em trabalho realizado em Jales, SP, mostraram que 74% dos produtores utilizam financiamento, sendo que, destes, cerca de 14% possuem mais de um financiamento. A maioria, ou seja, 64%, utiliza recursos do Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), 22% utilizam recursos do PROGER (Programa de Geração de Emprego e Renda), 28% optam por financiamento através de empresa privada. Os recursos foram direcionados para custeio de produção, aquisição de trator ou pulverizador.

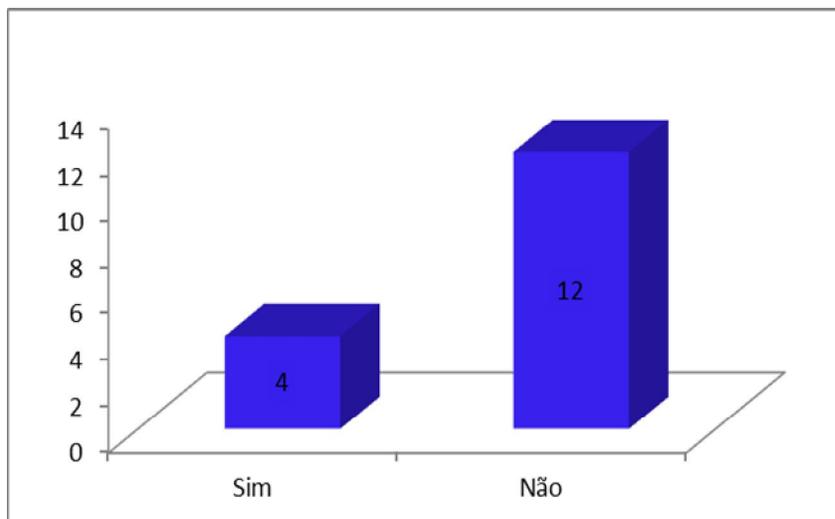


Figura 12 - Produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul ao serem questionados sobre a existência de incentivos públicos ao cultivo da videira.

A Figura 13 destaca que 100% dos entrevistados (16 produtores) utilizam o sistema de produção em espaladeira na região da Campanha do Rio Grande do Sul.

Esse sistema de produção apresenta como vantagens: maior insolação, facilidade de mecanização, menor incidência de pragas e doenças e maior qualidade das uvas produzidas (ROSA, 2007, RUIZ, 2011).

Rosa (2007) aponta ainda que a produção em espaladeira pode se constituir em um diferencial para a produção de uvas na Campanha em comparação à Serra Gaúcha, cuja predominância é do sistema em latada.

Os vinhedos de castas finas para vinho, na Campanha Gaúcha, estão sendo implantados em sistema de condução em espaldeiras, adaptados à mecanização da maioria das práticas culturais, incluindo poda, poda verde e colheita, além das pulverizações (CAMARGO et al., 2011).

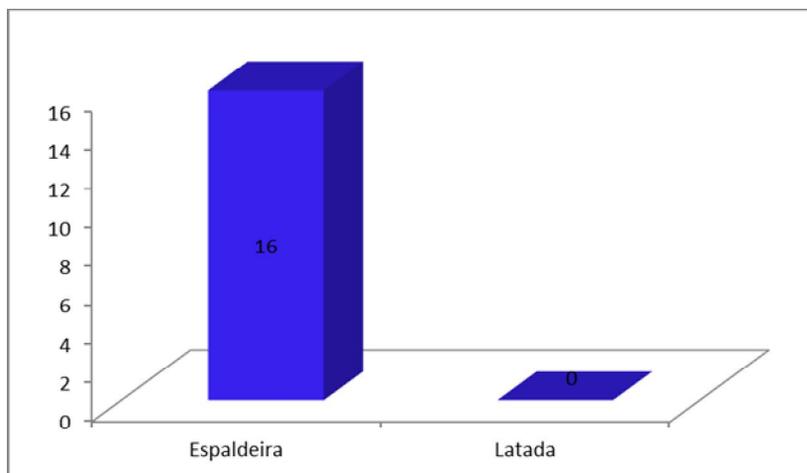


Figura 13 – Sistema de produção utilizado pelos produtores da região da Campanha do Rio Grande do Sul.

4.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA ANÁLISE SWOT

A partir da pesquisa de campo, são apresentados e discutidos, a seguir, os resultados da análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) da cadeia da vitivinicultura na Região da Campanha do RS. Como pontos fortes foram identificados os seguintes (Figura 14).

4.2.1 CONDIÇÕES EDAFOCLIMÁTICAS

Um dos pontos fortes da região da Campanha Gaúcha, para o cultivo da videira, são as condições edafoclimáticas.

A região da campanha do RS apresenta condições diferenciadas para a produção de frutas de clima temperado de alta qualidade, dentre as quais, Rathmann et al. (2008) destacam:

- Número de horas de frio no inverno necessárias para as frutíferas de clima temperado;
- Ampla disponibilidade de solos bem drenados, mecanizáveis e livres de pragas e doenças;
- Alta luminosidade e baixa precipitação pluviométrica na primavera e no verão, variação no gradiente de temperatura entre o dia e a noite, o que favorece a qualidade dos frutos, aumentando seus teores de açúcar;
- Mais de 1 milhão de hectares de solos aptos e valor da terra acessível.

Desse modo, o clima da região da campanha, conforme Cardoso et al. (2012), é favorável à produção de uvas, contando com grande incidência solar que permite agregar mais cor, aroma e sabor ao vinho. Invernos rigorosos também são benéficos para as uvas, pois fazem com que as mesmas entrem em pleno estado vegetativo refletindo-se, posteriormente, na produtividade e qualidade do produto final (IBRAVIN, 2013).

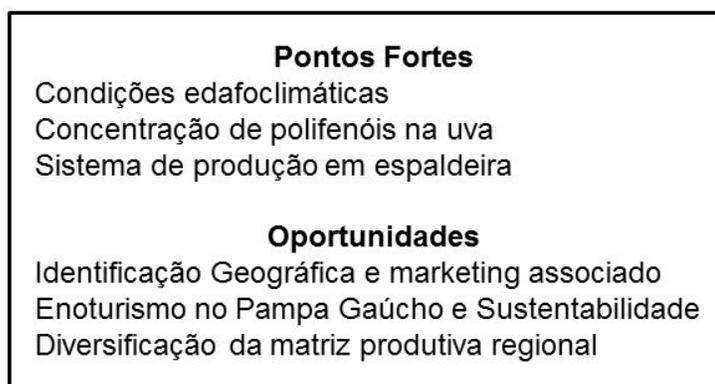


Figura 14 - Pontos fortes e oportunidades à cadeia da vitivinicultura na região da campanha do RS, com base na análise SWOT.

A região da campanha possui um inverno rigoroso com número significativo de geadas e temperaturas abaixo de 10°C, favorecendo, com isso, o período de dormência da videira, necessário para produzir um rebrote e uma produção vigorosa no verão seguinte. Na primavera desta região as temperaturas médias situam-se em torno de 18°C com boa insolação e umidade, condições essas essenciais ao desenvolvimento das plantas.

A videira apresenta um período anual de repouso vegetativo quando ocorre a queda gradativa das folhas até o inchamento das gemas, e um período de intensa atividade vegetativa, caracterizada por brotação, floração, frutificação e maturação. Temperatura abaixo de 10°C limita o crescimento dos brotos, induzindo desta forma a videira a entrar num período de repouso vegetativo. Assim, a videira exige quantidade de frio, variável conforme a cultivar (BACK et al., 2013).

Em relação aos aspectos hídricos é importante destacar que o excesso, combinado com temperaturas elevadas, torna a cultura da videira muito suscetível a doenças fúngicas e pragas (BARDIN et al., 2010). Na principal região produtora de uvas do estado do Rio Grande do Sul, a Serra Gaúcha, mesmo nos meses de verão,

há grande incidência de chuvas, acarretando em prejuízos fitossanitários à qualidade da uva e do vinho produzido. Nesse aspecto, uma seca moderada na fase maturação da uva pode favorecer a qualidade dos frutos da videira, como é caso nos cultivos da região da Campanha.

A região da Campanha Gaúcha, de acordo com Cardoso et al., (2012), caracteriza-se por solos arenosos, profundos, com boa drenagem, acidez reduzida e baixa fertilidade natural. Os nutrientes que possuem maior carência nos solos brasileiros, em geral, são fósforo, potássio, nitrogênio, cálcio, magnésio e boro, fazendo-se necessária a adubação pelos viticultores.

A videira é uma planta que se adapta bem a uma ampla variedade de solos, porém dá-se preferência a solos com textura franca e bem drenados, com pH variando de 5,0 a 4,0 (MELO, 2003).

Martins et al. (2007) destacam que, nos últimos anos, o cultivo da videira nesta região vem se destacando no cenário nacional e internacional em termos de área plantada, devido ao seu relevo e principalmente pelas condições edafoclimáticas que permitem a produção de uvas europeias e a elaboração de vinhos finos com tipicidade única. Além das condições climáticas favoráveis, a topografia da região se destaca como outro ponto favorável, pois facilita a execução de práticas culturais por ser essencialmente plano, diminuindo a probabilidade das plantas ficarem em áreas sombreadas.

As condições edafoclimáticas acima apresentadas, para a Campanha Gaúcha, são tão favoráveis à produção de uvas destinada à obtenção de vinhos finos quando comparado à região Noroeste do Estado (Serra Gaúcha). Além disso, os custos de produção são menores devido à redução dos tratamentos fitossanitários, o que confere características organolépticas diferenciadas aos sucos, vinhos e espumantes produzidos nesta região.

Porém, apesar da região ser climaticamente viável ao cultivo, Chavarria et al. (2009) destacam que esta pode apresentar, em alguns anos, uma ocorrência elevada de chuvas durante os períodos de maturação-colheita e é muito comum a ocorrência de granizo que pode proporcionar grandes perdas na produção e na qualidade.

Assim, as características do clima desta região tornam-se o principal fator estimulante para a expansão deste segmento, pois o clima mais seco no verão, com dias longos e com alta insolação, aliado a ambientes com baixa incidência de

patógenos e pragas, são vantagens comparativas e competitivas da região, permitindo a produção de uvas finas com tipicidade própria (MARTINS et al., 2007; AMARAL et al., 2009).

4.2.2 Concentração de polifenóis na uva

Além das condições edafoclimáticas favoráveis vistas no tópico anterior, a insolação existente na região durante os meses de verão, tem-se mostrado favorável ao acúmulo de compostos fenólicos (polifenóis) na uva.

Nesta região, a variação da temperatura diária com dias quentes e noites frescas possibilita uma maturação mais lenta e este fator faz com que o teor de açúcar e também os polifenóis sejam elevados (SOUZA et al., 2006).

Os efeitos benéficos da uva e dos alimentos derivados da uva são devidos a uma ampla gama de compostos bioativos presentes nas uvas, sendo os principais, os compostos fenólicos (PRASAIN et al., 2010; NADTOCHIY e REDMAN, 2011) que incluem as antocianinas, catequinas, resveratrol, ácidos fenólicos e proantocianidinas.

A videira é uma planta que exige bastante luz, requerendo elevada insolação durante o período vegetativo, fator importante no processo de fotossíntese, bem como na composição química da uva, favorecendo, por exemplo, a biossíntese de polifenóis. Normalmente, uma maior insolação correlaciona-se com um menor número de dias chuvosos (MELO, 2003), fator este de ocorrência frequente nos verões da campanha gaúcha.

Nesta região os verões apresentam, na sua maioria, déficit hídrico associado à grande insolação, fatores esses que favorecem a uma boa sanidade, maturação da uva e a consequente produção de vinhos tranquilos e espumantes de alta qualidade. As plantas de videira cultivadas na região da campanha são menos afetadas por patógenos e pragas, refletindo na qualidade das uvas e, conseqüentemente, na elaboração de vinhos finos superiores, característica destacada nesta região.

4.2.3 Sistema de produção em espaldeira

O sistema predominante nos cultivos na região da Campanha é em espaldeira. Se comparado com os vinhedos da região da Serra Gaúcha, cujo sistema predominante é em latada, a produção em espaldeira, embora resulte em menor produtividade média, prioriza a qualidade da uva, pois mantém menor número de gemas por planta por ocasião da poda (ANZANELLO, 2012). Neste sistema, o dossel vegetativo em posição vertical (espaldeira) resulta na formação de uma copa mais aerada com diminuição dos problemas fitossanitários e maior insolação disponível aos frutos (GIOVANNINI, 2008), o que confere maior qualidade à produção de uvas para vinhos finos.

Ruiz (2011) salienta que o cultivo em espaldeira apresenta a vantagem da mecanização, embora possa necessitar investimentos mais elevados e exigir solos mais férteis bem como irrigação.

As condições edafoclimáticas favoráveis ao cultivo da videira, a alta concentração de polifenóis na uva e o sistema de produção em espaldeira foram os pontos fortes identificados com base na pesquisa de campo (Figura 14).

A Figura 14 destaca ainda, os seguintes pontos destacados como oportunidades: identificação geográfica e marketing associado, enoturismo no Pampa Gaúcho e sustentabilidade e diversificação da matriz produtiva regional.

4.2.4 Identificação Geográfica e marketing associado

A busca pela qualificação e diferenciação dos vinhos brasileiros vem redesenhando o contexto vitivinícola, substituindo variedades de uva, alterando os sistemas de condução dos vinhedos, qualificando as técnicas de vinificação e preconizando harmonização entre cultivares e condições edafoclimáticas.

Para Tonietto et al., (2012) a qualificação e a diferenciação da produção de vinhos de qualidade no Brasil está passando por uma diversificação das regiões de produção, até então com produção quase que unicamente ocorrente na Serra Gaúcha.

Os resultados positivos evidenciados na produção vitivinícola, o crescimento do enoturismo e o desenvolvimento territorial no âmbito da Indicação de Procedência do Vale dos Vinhedos estimularam outros produtores a se organizarem

em associações, visando ao reconhecimento de indicações geográficas. Outros projetos começam a ser estruturados, como na região da Campanha Gaúcha, bem como outras regiões também deverão implementar políticas de organização e valorização da produção na modalidade de Indicação Geográfica (CAMARGO et al., 2011). Nos últimos dez anos, destacam os autores, a região da Campanha Gaúcha vem concentrando diferentes empreendimentos vitivinícolas, os quais compõem um ambiente sócio-institucional distinto ao da tradicional Serra Gaúcha. Todavia, inspirados nas conquistas logradas pelo Vale dos Vinhedos, os empresários têm trabalhado na construção de um projeto de Indicação Geográfica (IG) para a vitivinicultura na Campanha.

Tonietto (2001) destaca que o desafio das regiões vitícolas está não somente em produzir com qualidade para um consumidor cada vez mais exigente, mas em oferecer vinhos que se diferenciam e que tenham predicados qualitativos e tipicidade que estejam identificados com as regiões de produção, sejam eles originários dos fatores naturais e/ou dos fatores humanos. O mesmo autor ainda destaca que esta diferenciação das regiões, expressa nos seus produtos, é um elemento importante no estabelecimento de novos padrões de competitividade.

As exigências do mercado por produtos de qualidade comprovada, oriundos de processos produtivos que valorizam a origem dos produtos, bem como o comprometimento com a segurança alimentar e com a proteção ambiental, são cada vez maiores, tornando indispensável a adoção de sistemas de certificação da produção para competir em mercados mais exigentes. O setor vitivinícola brasileiro avançou significativamente nos últimos anos através da produção integrada de uvas finas de mesa, da definição das primeiras Indicações Geográficas para a produção de vinhos finos e da produção orgânica de uva, vinho e suco de uva (CAMARGO et al., 2011).

Assim, a obtenção da Indicação Geográfica para a vitivinicultura na região pode se constituir em uma estratégia capaz de agregar valor e riqueza, gerando desenvolvimento e uma gama de produtos diferenciados no exigente e competitivo mercado consumidor.

Ainda que de forma bastante incipiente, existe um movimento de algumas vinícolas da região da Campanha que vêm tratando de associar o vinho à carne ovina, bovina e ao arroz, produtos regionais que já possuem qualidade reconhecida nacionalmente e larga associação com a cultura e tradição da região. Como apelo,

utilizam figuras de linguagem, terminologias e elementos figurativos da idiossincrasia do gaúcho pampiano pra caracterizar seu produto, no esforço de lhe tornar próprio do lugar (POLLNOW et al., 2013).

Já vem ocorrendo algumas iniciativas nesse sentido, em que as vinícolas possuem restaurantes, parrilladas típicas do Uruguai, lojas e abrem para visitação de grupos de turistas dispostos a degustar os vinhos e espumantes em harmonia com as excelentes carnes ovinas e bovinas do Pampa Gaúcho.

A carne do pampa gaúcho, por exemplo, já possui Indicação de Procedência, sendo resultante de bovinos de origem européia e suas respectivas cruzas, criados em condições de campo nativo e/ou melhorado, respeitadas as condições de bem estar animal, com rastreabilidade, caracterizando assim, um produto sustentável e de alta qualidade, inclusive os produtores da região vem obtendo b nus aos animais abatidos que possuem a Indicação de Procedência denominada Carne do Pampa Gaúcho.

Nesse sentido, poderia ser desenvolvido um projeto de marketing para o vinho associado com a carne, ambos produzidos no pampa gaúcho, constituindo-se, assim, em grandes diferenciais de qualidade e sustentabilidade, agregando valor aos produtos e gerando empregos e renda para a região.

Uma Indicação Geográfica pode garantir alguns benefícios econ micos, tais como agregação de valor ao produto, aumento da renda ao produtor, acesso a novos mercados internos e externos, inserção dos produtores ou regiões desfavorecidas, preservação da biodiversidade e recursos genéticos locais e a preservação do meio ambiente. Além disso, o reconhecimento de uma IG, em uma região, pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviç os complementares, relacionados à valorização do patrim nio artístico e cultural,   diversificação da oferta de produtos, às atividades turísticas (acolhida de turistas, rota turística, organização de eventos culturais e gastron micos), ampliando o número de beneficiários (VIEIRA et al., 2012).

Os fatores acima citados poderiam ser utilizados em um grande projeto regional de marketing direcionado principalmente às grandes capitais brasileiras bem como EUA, África e Ásia, consumidores em potencial dos produtos brasileiros derivados da vitivinicultura.

4.2.5 Enoturismo no Pampa Gaúcho e Sustentabilidade

A Campanha Gaúcha possui pouca estrutura turística, sendo que a mesma nunca possuiu muitas atrações aos turistas, apenas Festivais Nativistas, Feiras e Exposições agropecuárias e no ano de 2012, a gravação de um filme na cidade de Bagé, tendo no elenco atores bem conhecidos, vindos do centro do país. O turismo presente na região é o turismo rural, nas cidades em que o Pampa Gaúcho abriga, ou seja, a Campanha Gaúcha ainda não é uma rota “enoturística” (SECRETARIA DE TURISMO DO RS, 2012).

É necessário, portanto, um significativo apoio dos governos locais, estaduais e da iniciativa privada, afinal, são investimentos altos, mas que podem gerar benefícios futuramente.

Um fator que pode estar impedindo o crescimento do enoturismo e a expansão da vitivinicultura até o momento é a falta de tradição vitivinícola da Região da Campanha. A região possui vinhedos desde a década de 1970, com vinhedos comerciais iniciados por empresas multinacionais a partir da década de 1980 e atingindo sua expansão nos anos 90 (GIOVANNINI e MANFROI, 2009). Por outro lado, a Serra Gaúcha vem abrigando turistas em torno da produção de uvas e vinhos desde o início do Século XX, resultado de diversas iniciativas tanto públicas como privadas. Vários projetos de ecoturismo tem sido realizados na Serra Gaúcha. Há roteiros que incluem vinícolas, restaurantes, capelas, cantinas artesanais, arquitetura italiana e estabelecimentos diversos no interior de Bento Gonçalves e de Caxias do Sul, além de diversos roteiros turísticos oficiais em torno da temática uva e vinho (MATTEI e TRICHES, 2009). Dentre as novidades que se desenvolveram em maior escala no setor nos últimos anos no Rio Grande do Sul, os autores destacam a ampliação de serviços que visam a recepção adequada de turistas dos mais diferentes lugares, como a criação de roteiros de vinícolas dos municípios, onde é possível conhecer as instalações das mesmas, além de ter também acesso a varejos, restaurantes, museus e outros estabelecimentos que colaboram para a permanência dos mesmos.

A Campanha Gaúcha é conhecida por ser um pólo vitivinícola em franca evolução e caracterizado pela preocupação com a sustentabilidade e preservação do Bioma Pampa. O lema de qualquer produção dentro do Bioma Pampa vem sendo a “Produção Sustentável”: produzir, gerar lucros, mas sem prejudicar o meio-

ambiente. Além disso, as vinícolas da Campanha Gaúcha devem ser conhecidas por prezar pela responsabilidade social. Muitas ficam em beiras de estradas e contando com programas de degustação, devem debater sobre o consumo de álcool e o risco de dirigir embriagado (POLLNOW et al., 2013). Mattei e Triches (2009) salientam ainda que as vinícolas precisam investir na acolhida de turistas, enfatizando um bom atendimento aos mesmos, com bons programas de passeio e visitas, além de degustações. É preciso também uma maior divulgação do turismo da região, não sendo apenas o turismo rural como motivação para tal mas focando também nas demais atrações históricas, culturais e feiras agropecuárias existentes nesta região.

A percepção de que o vinho pode ser fator de permanência cultural, visto a partir de uma ideologia, como fator de expressão da identidade e dos hábitos alimentares de sua região produtora (ou de quem o produz), justifica o conceito do enoturismo como facilitador do desenvolvimento regional por meio da “venda” do território turístico a partir de sua própria origem e identidade cultural (PEREIRA e LOSSO, 2012).

Na região da Campanha projeto semelhante ao existente na Serra Gaúcha poderia ser desenvolvido aproveitando-se as riquezas paisagistas, históricas e culturais bem como a tradicional agropecuária do Pampa Gaúcho. A sustentabilidade da viticultura regional também poderia ser destacada como ponto diferenciado na atração de turistas e como referencial importante para a obtenção de Indicação de Procedência.

A crescente importância que tem sido atribuída aos recursos naturais e, nestes, aos chamados Serviços Ecosistêmicos, vem justificando estratégias diferenciadas em todos os setores agrícolas. Especificamente na cadeia vitivinícola, assume particular destaque como serviços ecosistêmicos: a preservação dos recursos genéticos da própria videira, das espécies silvestres e/ou exóticas que convivem com a cultura nas entrelinhas e áreas de refúgio ecológico, barreiras vegetais bem como áreas de mata nativa próximas ao cultivo, preservação do solo e dos recursos hídricos, práticas de controle da erosão, uso de controle biológico de pragas e doenças, sequestro de carbono, regulação dos ciclos hidrológicos e o ecoturismo.

Nesse sentido, os vitivinicultores da região da Campanha tem procurado, por intermédio das práticas acima citadas, conciliar a produção e qualidade das uvas com a preservação do Bioma Pampa.

A vitivinicultura, conforme Flores et al. (2010), pode se configurar em uma importante alternativa de desenvolvimento territorial para a região da Campanha, estando alinhada aos princípios de sustentabilidade. Complementando os pontos acima relatados, o fato de os produtos estarem diretamente associados ao *terroir* e, na maior parte das vezes, levarem o nome e “símbolos” locais em seus rótulos, é um importante vetor para o reconhecimento regional, no território e também fora dele. Além disso, as imagens que estão sendo utilizadas pela Associação dos produtores da Campanha para simbolizar o *terroir* dos Vinhos da Campanha remontam para imagens locais como os campos, o “gaúcho” e até mesmo a pecuária e ovinocultura. O fato da região aliar os fatores da identidade local aos seus vinhos reforça a ideia de preservação das especificidades culturais locais e a importância dos IG's nesse processo. Todos esses fatores vêm a caracterizar e reforçar a ideia de sustentabilidade nos âmbitos político, econômico e territorial.

A associação dos vitivinicultores da região da Campanha está utilizando a conservação do Bioma Pampa como um dos pontos relevantes para busca da IG, pois, a vitivinicultura poderia ser adaptada nesse ambiente sem alteração significativa da paisagem e minimizando os processos de degradação.

4.2.6 Diversificação da matriz produtiva regional

A existência de desigualdades regionais no Rio Grande do Sul, conforme aponta Rathmann et al. (2008), tem sido alvo de discussões constantes, seja no meio político, seja no meio acadêmico e essas ganham intensidade com o avanço dos anos. De uma forma geral, as explicações para os fatos geradores destas são buscadas no contexto histórico da formação econômica e social de cada região. Essas desigualdades, que remetem a uma situação de subdesenvolvimento, refletem, em parte, o fracasso do estado em proporcionar níveis de vida sequer razoáveis para a maioria da população, resultando em miséria e privações de toda ordem.

No caso da metade sul do estado do Rio Grande do Sul (onde insere-se a Campanha), a existência dessas diferenças regionais, e de uma situação de baixo desenvolvimento, está diretamente correlacionada, entre outros fatores, com a crise da pecuária e da orizicultura, setores produtivos preponderantes na região. Esta situação de colapso permanece, quando analisados dados mais atuais,

principalmente na pecuária. Por um lado este setor produtivo sofre com os processos de abertura e de estabilização econômica, os quais reduziram as margens operacionais e colocaram os produtores menos intensivos em tecnologia em concorrência com o mercado uruguaio e argentino, historicamente mais competitivos quando considerados estes aspectos. Além disso, essas mudanças econômicas expuseram os pecuaristas anteriormente protegidos por barreiras alfandegárias e câmbio favorável à necessidade de competição com um mercado (Argentina e Uruguai) que possui vantagens competitivas em relação ao rebanho do estado: qualidade da carne, maiores taxas de desfrute, abate com menor tempo e maior produtividade do rebanho (RATHMANN et al., 2008).

A viticultura, no entanto, tem mostrado condições de gerar renda, de manter os produtores no campo, de dar emprego aos seus filhos e de proporcionar condições econômicas para a manutenção das famílias nas pequenas propriedades da região, contribuindo assim para a diversificação da matriz produtiva. Por essa razão, muito embora dificuldades com os altos custos de produção e a queda nos preços verificada nos últimos anos venham desestimulando muitos produtores, outros tem apostado em novas variedades e novas tecnologias de produção (COSTA et al., 2012).

Em trabalho realizado em propriedades da região da Campanha, Rathmann et al. (2008), observaram que a soja não é mais vista como uma única opção produtiva, principalmente pelo comportamento cíclico dos preços, que gera insegurança sobre o retorno dos investimentos feitos, ampliando o risco para o produtor. Por outro lado, a fruticultura temperada e a silvicultura tem se mostrado mais rentável e estável, sendo por isso, escolhida para compor a diversificação da pauta de produção destas fazendas pesquisadas.

De acordo com Engelmann (2009), o desenvolvimento da indústria vinícola na Região da Campanha do Rio Grande do Sul passa ser um fator de dinamismo para a mesma. Neste sentido, o autor destaca que esta atividade passa a se desenvolver e ser uma alternativa importante para diversificação de atividades e geração de renda, em uma região predominantemente pecuária. O autor destaca ainda a importância de considerar a presença de produtores-autônomos de uvas e de vinhos que se fazem presentes na região. Situação também relatada por Amaral et al. (2008) ao analisarem o perfil dos vitivinicultores do município de Uruguaiana, constaram que os produtores de uvas neste município correspondem a pequenos

produtores, tendo as áreas plantadas que variam de 0,5 à 7,5 ha e que 95% destes possuem produção paralela com lavoura de arroz ou de pecuária. Da mesma forma, Borges e Cardoso (2006), em análise da evolução da produção de uva em Santana do Livramento, constaram que dos 33 vitivinicultores da região, 12 tinham até 1 ha de uva.

Assim, como alternativa para enfrentar as grandes empresas verifica-se a tendência dos pequenos viticultores da Campanha de se reunir em associações, principalmente devido à dificuldade de comercialização de seus produtos, uma vez que, aos poucos, a produção que era comprada pela Serra Gaúcha vem deixando de ser efetivada (ENGELMANN, 2009). Isso vem ocorrendo pela criação, nos últimos anos, de novas vinícolas na região e a consequente compra da produção local por parte dessas.

Desse modo, a viticultura na Campanha vem se tornando, também para as propriedades familiares, uma ótima alternativa de diversificação da produção, além de ser uma atividade lucrativa e sustentável.

Rathmann (2005) ainda observa que a melhoria ocorre ao nível de renda per capita, o que pode-se observar ser uma decorrência direta da produção frutícola de uvas na região.

A possibilidade de fixação do homem no meio rural, proporcionada pela vitivinicultura, cuja dinâmica é dada pelas pequenas propriedades e pelo uso intensivo de mão-de-obra familiar, acabou contribuindo para a conformação de um elevado padrão de desenvolvimento social (melhor distribuição de renda) nessas regiões, comparativamente a outras regiões Gaúchas (MATTEI e TRICHES, 2009).

Rathmann et al. (2008), destacam ainda que a inserção da vitivinicultura na Campanha Gaúcha vem se dando não mediante a eliminação das culturas anteriores, mas sim como uma alternativa adicional de geração de renda, o que leva o produtor rural a não perder a identidade com a atividade produtiva tradicional. Mais do que isso, não fica prisioneiro de uma cultura única, o que permite alternativas de renda em momentos de crise da cultura, reduzindo o impacto da crise e das sazonalidades inerentes às produções agropecuárias.

Para Mattei e Triches (2009) a vitivinicultura na “Metade Sul” do RS é um fator de dinamização das economias locais, visto tratar-se de regiões com os piores índices de desenvolvimento econômico do estado, com uma indústria pouco dinâmica e um setor agropecuário pouco diversificado. Com isso, atividade acaba

sendo uma das alternativas para a retomada do crescimento e desenvolvimento econômico das referidas regiões.

É importante destacar ainda como vantagem da viticultura que esta necessita de mais mão de obra se comparada com as atividades já desenvolvidas na região, como: pecuária, arroz e mais recentemente, soja. O setor vem contribuindo também para a geração de empregos na região: Borges e Cardoso (2006) destacam que a vitivinicultura desenvolvida em Santana do Livramento demanda, em média, 1 trabalhador para cada 7ha, enquanto que na pecuária é de 1 para cada 250ha, sendo que na época de poda e colheita estes números podem dobrar.

Pontos Fracos

Falta de mão de obra qualificada
Logística deficiente
Distância dos grandes centros consumidores

Ameaças

Baixo preço dos importados
Altos impostos
Elevados custo de produção
Oligopólio das vinícolas

Figura 15 - Pontos fracos e ameaças à cadeia da vitivinicultura na região da campanha do RS, com base na análise SWOT.

4.2.7 Pontos fracos

Como pontos fracos da cadeia (Figura 15), pode-se destacar a falta de mão de obra de qualidade necessária para as técnicas básicas de cultivo da videira como plantio de mudas, realização de podas, aplicação de insumos, controle de pragas e plantas indesejáveis e colheita.

Na região, a maioria da mão de obra rural tem contratos permanentes ou temporários na pecuária ou agricultura. Nos últimos 15 anos, com a implantação das frutíferas de clima temperado o problema tem sido frequente também para o cultivo do pêssego, ameixa e oliveira na região. Alguns cursos técnicos do SEBRAE, SENAC e SENAR tem sido importantes para minimizar o problema porém, necessita-se de iniciativas públicas e privadas via parcerias, caso contrário, esse importante gargalo não será solucionado à médio prazo.

Souza (2001) aponta que nesta região há grande dificuldade em se encontrar mão de obra qualificada para trabalhar na vitivinicultura.

A mão-de-obra utilizada nas propriedades é disponibilizada a partir de colaboradores locais e/ou externos. Constatou-se que há funcionários fixos representados por pessoas do município e colaboradores externos, muito dos quais oriundos da Serra Gaúcha e com experiência nos tratamentos culturais da videira.

Para a colheita anual tem sido necessária a contratação de mão-de-obra externa, pois esta é realizada de maneira totalmente manual. Este método é considerado como o mais viável economicamente pelo produtor. Para ele, a máquina se configura como um alto investimento não justificando para um vinhedo de tamanho pequeno.

Outro ponto fraco que pode ser destacado nesta pesquisa é em relação à grande distância dos principais centros consumidores. Se considerar, por exemplo, a região da grande Porto Alegre, a distância até o município de Livramento, principal produtor da Campanha Gaúcha, é de 550km, o que eleva os preços dos produtos e torna necessário uma infraestrutura logística de armazenagem e transporte mais adequada.

Para Souza (2001), na cadeia da uva e do vinho, a logística tem comprometido a qualidade do produto que chega até o processamento, fazendo com que a qualidade do produto baixe e conseqüentemente a lucratividade do produtor.

4.2.8 Ameaças

Dentre as ameaças, pode-se destacar o baixo preço dos produtos importados e os altos impostos (Figura 15), em comparação aos produtos nacionais, que incidem sobre a cadeia tanto na etapa de produção como no comércio e distribuição, o que reduz a competitividade da cadeia vitivinícola Brasileira em comparação aos países próximos como Uruguai, Argentina e Chile.

O principal ponto apontado na pesquisa de campo pelos vitivinicultores da região foi a concorrência com os vinhos importados oriundos do Uruguai, Argentina e Chile. Esses entram no mercado Brasileiro ou mesmo nos Free Shops nas cidades de fronteira a um preço acessível e com diversas ofertas. Além disso, a cultura pampeana e o próprio clima frio da região nos meses de inverno levam a um consumo dos “famosos” vinhos tintos dos países vizinhos.

O menor preço dos vinhos provenientes do Mercosul, em comparação aos vinhos Brasileiros, é principalmente devido a dois fatores: escala de produção das vinícolas bem como redução das alíquotas de impostos para os vinhos importados. Assim, torna-se difícil para os produtores e vinícolas brasileiras competirem com esses produtos.

As reduções nas alíquotas de importações realizadas principalmente a partir do final dos anos 80 e as cláusulas definidas no âmbito do MERCOSUL expuseram o setor vinicultor à concorrência com os produtos das maiores regiões vinícolas mundiais, tais como Argentina, Chile, França, Alemanha e Portugal. Por conta disso, ocorreu um aumento expressivo na demanda interna de produtos vinícolas, sobretudo vinhos finos (TERUCHKIN, 2004).

O setor vitivinícola, especialmente as empresas focadas na produção de vinhos finos, tem sofrido com a pressão dos produtos importados no mercado brasileiro. Segundo Mello (2007), em 2007, foram importados 57,63 milhões de litros de vinhos finos, o que representa 71,36% do vinho fino comercializado no Brasil. Enquanto a quantidade de vinhos finos nacionais comercializados no país, em 2007, situou-se nos mesmos patamares de 2003, os importados cresceram 115%. O aumento na circulação de mercadorias no cenário internacional em decorrência da globalização da economia aliada aos excedentes crescentes de vinhos e a taxa de câmbio, que favorece as importações, têm colocado o setor de vinhos finos brasileiros em condições desfavoráveis.

A elevada carga de tributos no Brasil é um fator que prejudica praticamente todas as atividades econômicas, não sendo diferente com a vitivinicultura gaúcha. Além disso, a desorganização tributária (cobrança de impostos em cascata, diferenças de alíquotas de impostos entre os estados, entre outras) acaba por prejudicar ainda mais o desenvolvimento das atividades da cadeia Gaúcha em questão. É nesse sentido que a atividade é afetada negativamente por esse instrumento de política pública, sendo considerado por muitos atores sociais envolvidos com a cadeia como o principal gargalo que afeta a competitividade da mesma, sendo considerado mais importante do que as consequências advindas da inserção externa da economia brasileira (MATTEI e TRICHES, 2009).

No que se refere à importação de insumos para atender as agroindústrias, uma vantagem competitiva dos vinicultores chilenos e argentinos, para os autores, é que os mesmos recebem isenção de impostos para alguns insumos que compõem o

“custo seco”, contrariamente aos segmentos da cadeia brasileira, que pagam impostos de importação nos insumos não-produzidos no país.

Para aumento da competitividade dos vinhos da região, segundo Protas (2002), através da melhoria da matéria-prima e racionalização dos custos de produção, faz-se necessário uma maior modernização dos vinhedos tradicionais e improdutivos do Rio Grande do Sul, a partir de uma política de reconversão sintonizada com as exigências e oportunidades do mercado, e de uma política fiscal que equipare os tributos incidentes sobre o produto brasileiro aos dos nossos competidores. Porém, o discurso que prevalece entre os empresários é que justamente o excessivo peso tributário, aliado a inexistência de barreiras à entrada de produtos estrangeiros, impossibilita a reconversão/modernização dos vinhedos.

Ainda, outro ponto bastante destacado pelos produtores foi em relação aos altos custos de produção, principalmente nos insumos básicos como mudas, defensivos, adubos e corretivos, sendo este o ponto que mais tem preocupado os vitivinicultores nos últimos cinco anos. O alto custo de produção aliado ao baixo preço pago pela uva tem causado descapitalização em alguns produtores e feito outros reduzirem a área cultivada com videira.

O baixo preço pago tem como provável explicação o oligopólio composto por pequeno número de grandes vinícolas compradoras de uvas na região. Nesse sentido, vitivinicultores que também possuem indústria levam considerável vantagem em relação aos demais. Na região da Campanha, considerando-se as duas subdivisões (Fronteira Oeste e Fronteira Uruguai), há cerca de 160 produtores mas apenas 10% possuem vinícolas próprias.

Com relação ao alto custos dos insumos, este fato tem se verificado em todos os cultivos agrícolas e tem como causas principais a grande valorização das commodities nas bolsas internacionais, o aumento expressivo na demanda por insumos e o oligopólio de grandes empresas multinacionais que dominam o mercado de sementes, mudas, fertilizantes e defensivos.

CONCLUSÕES

A pesquisa destacou como pontos fortes da vitivinicultura na região da Campanha: as condições edafoclimáticas, o conteúdo de polifenóis da uva e o sistema de produção em espaldeira. Esses pontos devem ser destacados com base em uma forte estratégia de marketing associando-os aos já tradicionais arroz e carnes ovina e bovina produzidas na região bem como às paisagens campestres do Bioma Pampa.

Como oportunidades a serem desenvolvidas, pode-se apontar a obtenção de uma Indicação geográfica, o enoturismo e a diversificação da matriz produtiva regional. Esses aspectos devem ser fortalecidos através de projetos tanto públicos como privados ou mesmo parcerias público-privadas.

Os pontos fracos como falta de mão de obra qualificada, logística de transporte deficiente e distância dos grandes centros consumidores também devem ser vistos pelos atores da cadeia como grandes oportunidades para uma melhor organização da mesma seja pelo treinamento de colaboradores da própria região, criação de parcerias público-privadas para a compra de caminhões refrigerados, melhoria de estradas e busca de parcerias com empresas como SEBRAE, SENAR, sindicatos rurais, Universidades e Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, EMBRAPA, FEPAGRO e EMATER para desenvolvimento científico e tecnológico bem como treinamento de colaboradores.

Como ameaças foram identificados o baixo preço dos produtos importados tornando menos competitivos os nacionais, os altos impostos que incidem sobre distintas etapas da cadeia, os elevados custos de produção e o oligopólio das vinícolas. Essas ameaças, se não forem bem gerenciadas, podem fazer com que a área cultivada na região da Campanha reduza ao longo dos anos e muitos produtores desistam de investir na cultura da videira.

A análise SWOT da cadeia da vitivinicultura da região da Campanha do RS poderá servir para que gestores tanto públicos como privados visualizem os pontos fortes e oportunidades a serem exploradas. Também será de grande relevância a identificação das ameaças ao desenvolvimento regional e a busca de soluções tecnológicas e de fomento objetivando a dinamização da economia e o desenvolvimento regional sustentável.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHO DA CAMPANHA. **Região da Campanha se transforma em Centro de Vinhos Finos**. Disponível em: <http://www.vinhosdacampanha.com.br>. Acesso em 9 de dezembro de 2013.

ALVES, A.L.P.; BEZZI, M.L. A organização sócio espacial e a inserção das cadeias produtivas da fruticultura e da silvicultura na campanha gaúcha/RS/Brasil. **XXI Encontro Nacional de Geografia Agrária**. Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG, 15 à 19 de outubro de 2012.

ANDRADE, C. A. S. Percepção ampliada da cadeia produtiva: as contribuições da teoria dos custos de transação e da análise de redes sociais. **XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção Curitiba** – PR, 23 a 25 de outubro de 2002.

ARAÚJO, M. J. **Fundamentos do agronegócio**. 2ª ed. São Paulo: Atlas S.A, 2009.

ARAÚJO, M. J. **Fundamentos de Agronegócios**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 176p. 2010.

AMARAL, U. do; BINI, D. A.; MARTINS, C. R. Perfil dos vitivinicultores do município de Uruguaiana, Região da Fronteira Oeste/RS. In. XII Congresso Brasileiro de Vitivinicultura e Enologia, Bento Gonçalves, 2008. **Anais ...** 2008.

AMARAL, U. do; MARTINS, C. R.; FILHO, R. C.; BRIXNER, F. G.; BINI, D. A. Caracterização fenológica e produtiva de videiras *Vitis vinifera* L. cultivadas em Uruguaiana e Quaraí/RS. **Revista da FZVA**. v.16, n.1, p. 22-31. 2009.

ANZANELLO, R. Caracterização da fruticultura no Rio Grande do Sul por meio da análise dos dados do cadastro vitícola. **Pesquisa Agropecuária Gaúcha**. Porto Alegre, v.18, n.1, p.67-73, 2012.

BACK, A.J.; DELLA BRUNA, E.; DALBÓ, M.A. Mudanças climáticas e a produção de uva no vale do rio do peixe-SC. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal - SP, v. 35, n. 1, p. 159-169, Março 2013.

BARDIN, L.; PEDRO JUNIRO, M.J.; MORAES, J. F.L. Risco climático de ocorrência de doenças fúngicas na videira Niágara Rosada na região do pólo turístico do

circuito das frutas do Estado de São Paulo. **Bragantia**, Campinas, v.69, n.4, p.1019-1026, 2010.

BORGES, R. M.; CARDOSO, E. S. Evolução da cultura da uva no município de Sant'Ana do Livramento-RS. **Revista da Casa da Geografia de Sobral**, v.8, n.1, p.21-30, 2006.

BARHAM, E. Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. **Journal of Rural Studies**. Vol. 19, n. 1, jan 2003. p. 127-138.

BATALHA, M.O.; SILVA, A.L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições, especificidades e correntes metodológicas. In: BATALHA, M.O. (Org.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BRAGA, A. L. et.al. **O cooperativismo como indutor das atividades de fruticultura no norte do espírito santo**. Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Campo Grande, 25 a 28 de julho de 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). **Cadeia produtiva de frutas** / MAPA, Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura; Antônio Márcio Buainain e Mário Otávio Batalha (coordenadores). – Brasília: IICA: MAPA/SPA, 2007. (Agronegócios; v. 7)

BRIXNER, G.F. **Caracterização da aptidão climática dos municípios da Campanha do Rio Grande do Sul para a viticultura**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar. Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas. Pelotas, 97f, 2013.

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. **Cadeia produtiva de frutas**. Brasília: IICA/MAPA/SPA, 2007. v.7, 102 p.

CAMARGO, U.A.; TONIETTO, J.; HOFFMANN, A. Progressos na viticultura brasileira. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal - SP, Volume Especial, E. p.144-149, Outubro 2011.

CHAVARRIA, G.; SANTOS, H. P. dos; ZANUS, M. C.; MARODIN, G. A. B.; CHALAÇA, M. Z.; ZORZAN, C. Maturação de uvas Moscato Giallo sob cultivo protegido. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v.32, v.1, p.151-160, 2010.

COSTA, T.V. da; TARSITANO, M.A.A.; CONCEIÇÃO, M.A.F. Caracterização social e tecnológica da produção de uvas para mesa em pequenas propriedades rurais da região de Jales-SP. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal- SP, v. 34, n. 2, p. 766-773, Junho 2012.

CARDOSO, F. S. et al. **Diagnóstico da fertilidade de vinhedos da Campanha Gaúcha através de amostragem do solo**. Disponível em: <<http://www13.unipampa.edu.br/anais-siepe/atual/art1795.html>>. Acesso em: 26 nov. 2012.

CHAVARRIA, G.; dos SANTOS, H. P.; MANDELLI, F.; MARODIN, G. A. B.; BERGAMASCHI, H.; CARDOSO, L. S. Caracterização fenológica e requerimento térmico da cultivar Moscato Giallo sob cobertura plástica. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v.31, n.1, p.119-126, 2009.

DIAS, H. P. Origem, evolução e perspectivas da cadeia de produção vitivinícola no município de Caxias do Sul. In: **Global Manager**. Faculdade da Serra Gaúcha. N. 13. Caxias do Sul – RS. F56, 2007.

EMATER/RS. Associação Rio-grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural. **Levantamento da Fruticultura Comercial do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre. ASCAR/RS: EMATER/RS Editora, 2004.

EMATER/RS. Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica. Disponível em: <www.emater.tche.br>. Acesso em: 8 de janeiro de 2014.

ENGELMANN, D. **Da estância ao parreiral: um estudo de caso sobre a vitivinicultura em Santana do Livramento/RS**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Administração. Programa de Pós-Graduação em Administração. Porto Alegre, 125p, 2009.

EMBRAPA. Centro de Pesquisa Agropecuária de Clima Temperado (Pelotas, RS). Programa nacional de pesquisa em terras baixas- Diagnóstico se demandas no sistema natural de terras baixas do sul do Brasil. In: Cadeias produtivas e sistemas naturais- Prospecção tecnológica: EMBRAPA: DPD, Brasília, 1998, P. 127-156.

FACHINELLO, J.C.; PASA, M. da. S.; SCHMTIZ, J.D.; LEITZKE BETEMPS, D.L. Situação e perspectivas da fruticultura de clima temperado no Brasil. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal - SP, Volume Especial, E. 109-120, Outubro 2011.

FORMOLO, R. ;RUFATO, L.; BOTTON, M.; MACHOTA JÚNIOR, R. Diagnóstico da área cultivada com uva fina de mesa (*Vitis vinifera* L.) sob cobertura plástica e do manejo de pragas. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 33, n. 1, p. 103-110, 2011.

FLORES, S.S.; FALCADE, I.; MEDEIROS, R.M.V. Desenvolvimento territorial rural sustentável sob a perspectiva da vitivinicultura no rio grande do sul. VIII **Congresso Latinoamericano de Sociologia Rural**, Porto de Galinhas, 2010.

FARIAS, C.V.S. Formação da Indústria Vitivinícola do RS: da imigração italiana aos dias atuais. In: 4º Encontro de Economia Gaúcha, 2008, Porto Alegre. **Anais do 4º Encontro de Economia Gaúcha**, 2008.

FERNANDES, A. **Fitogeografia brasileira**. Fortaleza: Multigraf. Ltda, 340p, 1998.

FERREIRA, F. G. **Estratégias de produção das empresas vitivinícolas da Serra Gaúcha investidoras em vitivinicultura na metade sul do Rio Grande do Sul**. 2005. 152fls. Dissertação (Mestrado em Administração), Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

GIOVANNINI, E. **Produção de uvas para vinhos, suco e mesa**. 3. Ed. Porto Alegre: Renascença, 2008. 364p.

GIOVANNINI, E.; MANFROI, V. **Viticultura e Enologia: elaboração de grandes vinhos nos terroirs brasileiros**. Bento Gonçalves: IFRS, 2009.

GIRARDI-DEIRO, A.M.; GONÇALVES, J.O.N. Flora campestre do município de Bagé/RS. I: **Anais XXXVI Congresso Nacional de Botânica**: 1983, p.377-388.

GONÇALVES, H. de A. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Avercamp, 2005. 142p.

GUERRA, C. C. et. al.; **Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos**. Embrapa Uva e Vinho. Bento Gonçalves, 2009.

HELMS, M.M.; NIXON, J. Exploring SWOT analysis- where are we now? A review of academic research from the last decade. **Journal of Strategy and Management**. vol. 3 n.. 3, pp.215-251, 2010.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**, 2010. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>. Acesso em: 10 de maio de 2012.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Economia**. 2013. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/agropecuaria/lspa/lspa_201301.pdf.>. Acesso em: 15 de setembro de 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO (IBRAVIN)- Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/regioesprodutoras.php>> Acesso em: 16 de agosto de 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO (IBRAVIN) - Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/regioesprodutoras.php>> Acesso em: 10/05/2013.

LEAL, A.E.M.; SOUZA, C.E.G. de. **Construindo o conhecimento da pesquisa: orientação básica para elaboração de trabalhos científicos**. Santa Maria: Sociedade Vicente Palloti, 2006. 112p.

LEITE, P.F.; KLEIN, R.M. Vegetação. In: IBGE. **Diretoria de Geociências**. Geografia do Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 1990. v.2, Região Sul. P.113-150.

LONA, A. A. Rio Grande do Sul: O Rio Grande do vinho. **Jornal Bonvicent**. Garibaldi, Junho, 2006. Disponível em: <http://www.jornalbonvicent.com.br>>. Acesso em: 20 jun. de 2008.

LOPES, K. F. **Tributos incidentes na produção e comercialização de vinho de mesa tinto comum proveniente da Serra Gaúcha**. Instituto Federal do Rio Grande do Sul. Bento Gonçalves, 2011.

MANDELLI, F.; MIELE, A. **Recomendações para produção de videiras em sistemas de base ecológica.** Sistemas de condução. Embrapa. Bento Gonçalves/RS, 2007.

MARTINS, C. R. AMARAL, U.; BRIXNER, G. F.; FARIAS, R. M.; TAYLOR, G. Vitivinicultura no Bioma Pampa. IN: X Encontro Nacional sobre Fruticultura de Clima Temperado, 10., 2007, Fraiburgo, SC. **Anais do...**, Caçador: Epagri, vol 1 (Palestras) 2007. 303p.

MATTEI, L.; TRICHES, V. Análise da Competitividade da Cadeia Vitivinícola do Rio Grande do Sul através do Ambiente Institucional. **Análise Econômica**, Porto Alegre, ano 27, n. 52, p. 161-183, set. 2009.

MALUF, J. R. T.; WESTPHALEN, S. L. **Macrozoneamento agroecológico e econômico do estado do Rio Grande do Sul.** Porto Alegre, 1994, v.2 p. 307.

MELO, G. W. **Uvas Viníferas para o Processamento em Regiões de Clima Temperado.** 2003. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/sprod/UvasViniferasRegioesClimaTemperado/index.htm>>. Acesso em: 27 nov. 2012.

MELLO, L. M. R. **Atuação do Brasil no Mercado Vitivinícola Mundial-** Panorama 2007. Artigos Técnicos. Site Embrapa. Disponível em: http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/panorama2007_vitivinicola_mundial.pdf Acesso em 10 de janeiro de 2014.

MELLO, L. M. R. **Vitivinicultura brasileira: panorama 2011.** Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/prodvit2010.pdf>>. Acesso em: 04 jul. 2011.

MELLO, L.M.R.de. **Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2012.** Comunicado Técnico 137, ISSN 1808-6802, 5p. Junho, 2013, Bento Gonçalves, RS.

NADTOCHIY, S.M.; REDMAN, E.K. "Mediterranean diet and cardioprotection: the role of nitrite, polyunsaturated fatty acids, and polyphenols," **Nutrition**, vol. 27, no. 7-8, pp. 733-744, 2011.

OCERGS. Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul. **Metade Sul: um espaço de ações propositivas.** Porto Alegre: Brasil, 2003.

OIV. Résolution CST 1/2008. **Guide OIV pour une vitiviniculture durable: production, transformatin et conditionnement des produits.** Verone (It): OIV, 2008.

PEREIRA, R.M.F. do A.; LOSSO, F.B. O desenvolvimento da vitivinicultura e as possibilidades de implantação de roteiros enoturísticos na Região de São Joaquim (SC, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo.** São Paulo, 6(2), pp. 181-200, mai./ago. 2012.

POLLNOW, G.E.; DAL MOLIN, L.H.; FONSECA, C.da; CRUZ, J.G.; SILVA, F.N. da; ANJOS, F.S. dos. **A campanha gaúcha: uma nova fronteira vitivinícola a partir da (re)construção de identidades territoriais.** XXII Congresso de Iniciação Científica da Universidade Federal de Pelotas, 18-22 de novembro de 2013.

PRASAIN, J.K.; CARLSON, S.H.; WYSS, J.M. Flavonoids and age-related disease: risk, benefits and critical windows. **Maturitas**, vol. 66, no. 2, pp. 163-171, 2010.

PARISE, S.M. Desenvolvimento Sustentável em Pequenas Propriedades Rurais: Diagnóstico Estratégico em uma Propriedade Rural do Extremo Oeste Catarinense. In: **Congresso Internacional de Administração** Gestão Estratégica: Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade, 2010. Anais, p.7-9.

PROTAS, J. F.da S. **A vitivinicultura brasileira: realidade e perspectivas.** Artigos Técnicos. Site Embrapa. Disponível: <http://www.cnpuv.embrapa.br/vitivini.html>. Acesso em: 13 out. 2002.

PROTAS, J.F. DA S.; CAMARGO, U.A. **Vitivinicultura brasileira: panorama setorial de 2010.** Brasília, DF: SEBRAE; Bento Gonçalves: IBRAVIN: Embrapa Uva e Vinho, 2011. 110 p.

RATHMANN, R.; HOFF, D.N.; SANTOS, O.I.B.; PADULA, A.D. Diversificação produtiva e as possibilidades de desenvolvimento: um estudo da fruticultura na região da Campanha no RS. **RER**, Piracicaba, SP, vol. 46, nº 02, p. 325-354, abr/jun 2008- Impressa em junho 2008.

RATHMANN, R. **Estratégias de desenvolvimento e desigualdades regionais: o caso da fruticultura na região da campanha do estado do Rio Grande do Sul.** Porto Alegre: UFRGS, 2005. (monografia).

RATHMANN, R.; HOFF, D. N.; SANTOS, O. I. B.; PADULA, A.D.. Diversificação produtiva e as possibilidades de desenvolvimento: um estudo da fruticultura na região da Campanha no RS. **Rev. Econ. Sociol. Rural** [online]. 2008, vol.46, n.2, pp. 325-354. ISSN 0103-2003.

ROSA, S.M. Bons vinhos são frutos das uvas, dos bons cuidados nas cantinas e das mãos hábeis dos enólogos. **Revista Adega**. Ed. 25. São Paulo: Inner Editora, Out. 2007.

RUIZ, V.S. Avances en viticultura en el mundo. **Rev. Bras. Frutic.**, Jaboticabal- SP, Volume Especial, E. 131-143, Outubro 2011.

Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul. Pampa Gaúcho. Disponível em:
<<http://www.turismo.rs.gov.br/portal/index.php?q=destino&cod=3&opt=19&fg=2&tp=19>> Acesso em: 28 mai. 2012

SOUZA. S. O; **Desenho e análise da cadeia produtiva dos vinhos finos da serra gaúcha.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de engenharia, Mestrado profissionalizante em engenharia. Porto Alegre, 2001.

SOUZA, G.G.; MENEGHIN, L.O.; COELHO, S.P.; MAIA, J.F.; SILVA, A.G. A uva roxa, *Vitis vinifera* L. (Vitaceae) – seus sucos e vinhos na prevenção de doenças cardiovasculares. **Natureza on line** 4(2): 80-86p, 2006. Disponível em: <http://www.naturezaonline.com.br> Acesso em 13 de maio 2013.

TERUCHKIN, S. U. Os vinhos gaúchos: situação e perspectivas. In: 2º Encontro de Economia Gaúcha. **Anais**. PUC/FEE: 2004. On line: disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/sitefee/pt/content/eeg/>. Acessado em 20/03/2005.

TONIETTO, J. Valorização do ecossistema: importância da regionalização vitivinícola na produção de vinhos de qualidade. In: Congreso Latinoamericano de Viticultura y Enología, 8, 2001, Montevideu. **Annales**. Montevideu: Asociación de Enólogos del Uruguay, p.1-9. (CD-ROM).

TONIETTO, J.; MANDELLI, F. Clima. Regiões vitivinícolas Brasileiras. In: Uvas para processamento. Brasília: **Embrapa Informação Tecnológica**, 2003. 134p. (Frutas do Brasil, 34).

TONIETTO, J. Afinal, o que é terroir? **Bom Vivant**, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p.08, abr. 2007. Disponível em: www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos. Acesso em 8 de dezembro de 2013.

TONIETTO, J. et al. O Clima Vitícola das Regiões Produtoras de Uva para Vinhos Finos no Brasil. "In" TONIETTO, J.; RUIZ, V. S.; GÓMEZ-MIGUEL, V. D., editores. **Clima, Zonificación y Tipicidad del Vino en Regiones Vitivinícolas Iberoamericanas**. Madrid: Cytel; 2012. p. 105-144.

TRICHES, D.; ZORZI, I. Globalization: The new scientific and technological challenges of Serra Gaúcha-RS Brazil. In: XVII IASP World Conference on Science and Technology Parks, Instambul- Turquia, **Proceedings of XVII IASP World Conference on Science and Technology Parks**, v. 1, 1999, 8 p.

VIEIRA,C.P.; WATANABE, M.; BRUCH, K.L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da indicação de procedência vales da uva Goethe. **Revista GEINTEC**. ISSN: 2237-0722. São Cristóvão/SE, 2012. Vol. 2/n.4/ p.327-343 327. D.O.I.: 10.7198/S2237-0722201200040001.

APÊNDICE**Ficha de entrevista para coleta de dados da pesquisa de campo:**

1-Que ano iniciou a plantação?

2-Qual a área plantada?

Menos de 15 ha Entre 15–25 ha Mais de 26ha.

3-Produção média por hectare?

4-Quais os varietais cultivados?

Merlot Carmenère Chardonnay
 Cabernet sauvignon Tannat Gewurstraminer
 Pinot Noir Cabernet Franc Syrah
 Sauvignon blanc Moscato Pinot Grigio Outros ____

5-A produção fica na cidade? Se não, qual o destino?

6-Qual o principal gargalo da cadeia? E em qual/is fase/s da produção se encontra/m?

Plantio Manejo do parreiral Colheita Comercialização
 Outro/s _____

7-Como você vê a concorrência dos vinhos importados tendo em vista estarmos localizados próximo à fronteira com o Uruguai?

8-Há dificuldade em encontrar mão de obra qualificada? Sim Não

9-Quem fornece os insumos?

Mudas _____ Produtos químicos _____

Ferramentas de poda _____ outros (quais) _____

10-Há incentivos vindos de órgãos públicos? Quais?

11-Por qual razão esta cultura foi escolhida para e Região?

12-Como é feita a distribuição dos produtos? Locais em que são comercializados?

13-De que maneira é feito o transporte do produto? Há problemas logísticos?

14-Possui assistência técnica? ()sim ()não

15-Qual sua opinião sobre a concorrência dos vinhos nacionais com os importados?

() problema para a cadeia ()não afeta a cadeia